

Ayudín premiada por los consumidores



"Toallitas desinfectantes Ayudín" de la empresa Clorox se alzó con el mayor galardón en el marco del evento "Elegido por los Consumidores", corolario de la multi-premiada campaña "Muestras de Verdad" que diseñó la agencia Brand Value para la cadena Walmart.

Es la primera vez en la historia que un premio se da por la elección de un panel de consumidores de esta dimensión. Como resultado de este minucioso trabajo, y para que el público sepa cuáles fueron los productos mejor evaluados por los casi 150.000 consumidores que se registraron en el panel online Walmart los señalará en sus góndolas con el sello "Elegido por los Consumidores" a partir de enero del 2011, validando así el poder que le otorgó al consumidor para decidir qué productos son los mejores en cada categoría.

Participaron en el certamen 41 empresas líderes con cientos de lanzamientos y relanzamientos de producto en 80 categorías diferentes.

Es preciso remarcar que la acción involucró herramientas tecnológicas, publicitarias y de social media, y que se centró en la problemática de la innovación como eje de diferenciación y en cómo acelerar la prueba y adopción de los nuevos productos lanzados al mercado (teniendo en cuenta que menos del 50% sobrevive al año de vida en las góndolas).

"Muestras de Verdad" fue la campaña de marketing más premiada del Festival Iberoamericano de Promociones 2010 (FIP) con 11 galardones, entre ellos 3 Grand Prix y el "FIP Marketing Cup", mayor galardón del certamen.