

Alberto Chicote se convierte en el Cyrano de Estrella Damm

El popular cocinero Alberto Chicote protagoniza la nueva campaña publicitaria de Estrella Damm, *Cyrano*, que también cuenta con los actores Anna Castillo y Oriol Pla, todos ellos a las órdenes de la cineasta Claudia Llosa y del director creativo Oriol Villar.

Desde un pequeño restaurante ubicado en una cala de Menorca, los protagonistas revelan cómo se elabora Estrella Damm, “una cerveza que desde 1876 solo se hace con ingredientes naturales, sin sulfitos, ni aditivos, ni conservantes, ni ingredientes modificados genéticamente”.

Beon Worldwide repite como agencia de patrocinios del Festival de San Sebastián

El Festival de San Sebastián, que este año celebra su 66 edición, ha vuelto a confiar, por quinto año consecutivo, en Beon Worldwide –grupo de empresas de servicios integrales de organización de eventos, publicidad, comunicación, producción, entretenimiento y tecnología– como su agencia oficial de patrocinios. El Festival se celebrará del 21 al 29 de septiembre.

AMP Project, el movimiento de Google que empieza a tener efectos reales en la actividad de las marcas

Durante el último mes hemos publicado una serie de artículos en el blog de Kanlly para profundizar sobre AMP Project, uno de los movimientos más importantes de Google en los últimos tiempos. En un mundo *ultramovilizado*, esta tecnología centrada en dispositivos móviles ya está beneficiando a las marcas a nivel usabilidad, a nivel SEO y también a nivel performance. Y eso, a pesar de ese movimiento ingente de usuarios en contra de las Accelerated Mobile Pages (AMP).

La AMP Conf 2018 dejó algunas ideas de lo más interesantes para los negocios digitales. Además de presentar algunas novedades como AMP Stories (muy similares a las de Instagram) o AMP para email, también descubrimos los resultados de algunas experiencias muy alentadoras.

Ya sabíamos que AMP es una tecnología capaz de mejorar el tiempo de carga de una página en hasta un 40% gracias a sus bibliotecas de recursos precargados. Incluso habíamos visto cómo Google ha empezado a favorecer los contenidos AMP (con su icónico rayo) en los resultados de búsqueda móviles. Pero lo que quizá más ha sorprendido es su eficacia en el entorno ecommerce.

Según comentó Michael Yeung, el ingeniero principal de Aliexpress y el primero en estrenar un proyecto de venta online totalmente basado en AMP, los primeros resultados han sido muy positivos. Las páginas que más visitas obtenían antes de la implementación AMP aumentaron su nivel de actividad en un 50%. Y esto se tradujo en un 4,3% de incremento de las conversiones en el global del site y en unas sensaciones inmejorables sobre las posibilidades de AMP.

Las preguntas ahora son variadas. ¿Estamos ante un nuevo paradigma en el entorno móvil? ¿Cuánto tardaremos en desarrollar sites totalmente AMP para nuestros clientes? ¿Es AMP Project un paso más en la carrera de Google por acabar con las aplicaciones?

Tendremos que esperar un poco para saberlo, aunque en Kanlly le auguramos larga vida a esta tecnología.



GONZALO IBÁÑEZ
CEO DE KANLLY

Interbrand diseña la nueva imagen de marca de Banco Santander



El Banco Santander ha renovado su imagen para adecuarla a los canales digitales y al móvil. La consultora de branding ha realizado un trabajo que mantiene la esencia de la marca Banco Santander y sus principales activos pero reforzando los elementos relacionados con una nueva cultura corporativa focalizada en la estrategia digital. La entidad aspira a alcanzar la cifra de 30 millones de clientes digitales en 2018.

El cambio, que se implementará en todos los mercados, será progresivo y se iniciará en el ámbito digital (webs, aplicaciones móviles, redes sociales y cajeros), comunicación y publicidad. Luego se irá extendiendo a otros soportes en las sucursales, material de oficina y otros activos físicos, al ritmo que marque cada país.

Supperstudio rediseña la marca de conservas gourmet Don Bocarte

La agencia Supperstudio ha realizado el nuevo packaging de Don Bocarte, empresa de conservas gourmet, que presenta las anchoas como si fuesen pinturas. Las ilustraciones de producto refuerzan ese posicionamiento premium de la marca, caracterizada por la calidad y la selección de sus productos.

Sobre la idea “Arte en el paladar”, la agencia desarrolló este concepto de diseño con el objetivo de fortalecer la personalidad de la marca y actualizar su propuesta de valor.



El portafolio de Don Bocarte está dividido en cuatro segmentos: clásico, elaborados con aceite de oliva ecológico, selección y alta restauración. El uso de un color para cada uno y una estructura común ayudan a hacer mancha en el lineal al tiempo que aseguran el fácil reconocimiento por parte del consumidor.

En la parte trasera de los estuches, la información sobre el modo de captura, el origen del producto o las recetas, por ejemplo, refuerzan la conexión racional de la marca con el consumidor.

Además de la nueva línea de packaging, este proyecto incluye el restyling de la marca, que se sofisticó para conectar con el público de una forma más sencilla y actual.

Los trabajos de la agencia multidisciplinar Supperstudio han sido reconocidos con multitud de premios tanto a nivel nacional como internacional, como los Vertex, D&AD, German Design Awards, Laus, FAB, Best Awards, El Sol o los Pentawards, donde la compañía llegó a ser reconocida como mejor agencia de diseño de alimentación.

DSN Up, marketing y comunicación para startups

La agencia de publicidad Darwin Social Noise ha puesto en marcha DSN Up, una nueva división destinada a dar servicios de marketing y comunicación a startups que estén en proceso de crecimiento. Juan Villanueva, hasta ahora digital strategist en Darwin Social Noise, está al frente de DSN Up.