



Premio Eikon a la Excelencia en las Comunicaciones

Categoría 16:

Relaciones con los consumidores



Responsables del plan

Por Procter & Gamble:

Lorena Bula, Directora de Marketing.
Leonardo Bonavita, Jefe de Producto.
Silvina Scaglione, Influencer Marketing.

Por Personally

Marcelo Altuna, Socio Director.
Andrea Canónica, Directora Regional de cuentas.
María Agustina Chávez, Directora Creativa.

2.50
metros

2
metros

1.50
metros

1
metros



Todos sabemos que...
los basquetbolistas son hombres
de otra dimensión, no sólo en
materia de altura, sino también de garra y
precisión. **¿Pero alguna vez se imaginaron
cómo sería un espacio que desafíe la altura
promedio de los hombres?...**

Nosotros no sólo lo imaginamos sino
que también lo creamos:

**El Primer Vestuario Gillette a la
medida de nuestros mejores
basquetbolistas** para que puedan
levantar los brazos bien en alto y con
toda la confianza, en la previa del
Preolímpico de básquet que se llevó
a cabo en Mar del Plata, en
Septiembre de 2011.



2.50
metros

2
metros

1.50
metros

1
metros

El Preolímpico: UNA OPORTUNIDAD



El 1º de Septiembre de 2011 Mar del Plata se convirtió en la sede del Preolímpico de Básquet, donde la Selección Argentina se jugaba a todo o nada su pasaje a los Juegos Olímpicos de Londres 2012. La ciudad saldría de su rutina habitual para recibir a cientos de fanáticos, deportistas, corresponsales y medios de toda Latinoamérica mientras con emoción abría las

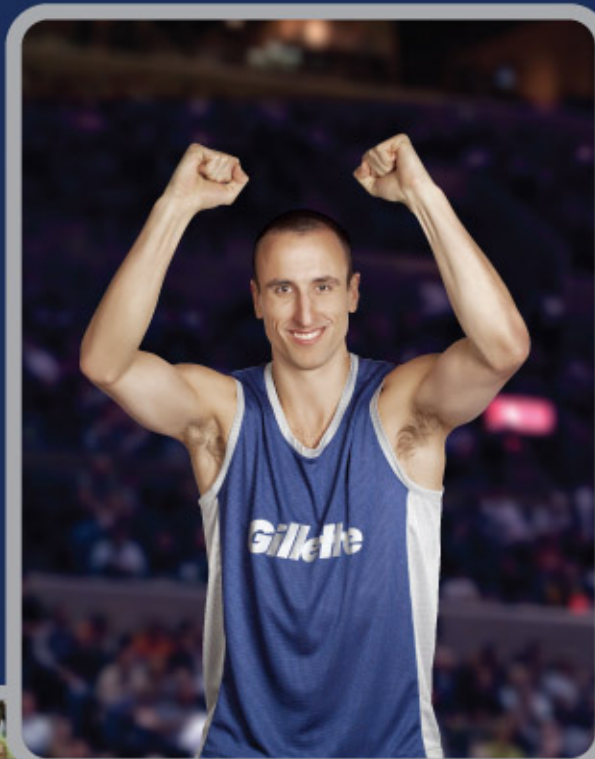
puertas del Estadio Malvinas Argentinas para recibir al gran seleccionado nacional, con la figura de **Manu Ginóbili** a la cabeza.

Desde hacía un año, Manu se había convertido en uno de los embajadores de **Gillette** con la presentación de la campaña ¡LEVANTA LOS BRAZOS!, que acompañó el lanzamiento de la nueva línea de desodorantes **Gillette Sport**. Este acercamiento a Manu fue sin lugar a dudas el puntapié inicial para que meses más tarde nos convirtiéramos con orgullo en *sponsors de la Selección Nacional de Básquet*.

En este contexto, Mar del Plata nos esperaba con un gran desafío. ¿De qué forma estar presentes junto a nuestros consumidores, acompañando a los jugadores y a **Manu Ginóbili** de una manera singular y entretenida?

250
metros

2
metros





EL DESAFIO

Los objetivos que nos planteamos entonces fueron:

- Maximizar el sponsoreo deportivo de la selección nacional y el endorsement de **Manu Ginóbili** como embajador de nuestra marca.
- Seguir construyendo awareness de nuestra nueva línea de desodorantes **Gillette Sport**.
- Tener una presencia relevante en el Preolímpico diferenciándonos del resto de los sponsors.



Gillette

¡O/
LEVANTA
LOS BRAZOS

Gillette



Basquetbolistas



Gillette

¡O/
LEVANTA
LOS BRAZOS

Gillette



No me dió la altura
para ser basquetbolista



Una idea que llega BIEN ALTO

Y si de llegar bien alto con las ideas se trata, no nos faltó la garra e inspirados en la altura de nuestros basquetbolistas nos preguntamos ¿cómo sería un vestuario a la altura de los mejores? El martes 30 de agosto inauguramos en el anillo del Estadio Malvinas Argentinas, el **Primer Vestuario Gillette**, un espacio pensado y diseñado a la medida de las necesidades de los basquetbolistas: espejos ubicados a casi dos metros del piso, bacias de un tamaño fuera del "habitual", percheros de una altura que merece respeto, zapatillas que superan el número 50, remeras XXXXXXXXLLLLL.

2.50
metros

2
metros

1.50
metros

1
metros

250
metros

2
metros

150
metros

1
metros

La altura de 100 MIL ARGENTINOS!



Con el vestuario listo, solo nos faltaba testearlo. ¿Vaya si el desafío fue grande porque un día antes de la inauguración los 1.98 de **Manu Ginóbili** y los 2.08 m de **Fabrizio Oberto** lo pusieron a prueba ante mirada expectante de los medios y el resto del equipo. El vestuario superó la prueba incluso cuando **Manu y Oberto** levantaron los brazos bien en alto con la confianza que se les da **Gillette**.

Con la meta superada, el **Vestuario Gillette** se mantuvo los 11 días que duró el Preolímpico para que todos los espectadores pudieran dejar su marca de altura y experimentar la increíble sensación de estar a otro nivel. Además, durante los entretiempos de cada partido que jugó la selección repartimos el nuevo **Gillette Sport** para que todos los hinchas pudieran levantar los brazos bien en alto y alentar con confianza.

En el **Vestuario Gillette** contamos también con la visita de periodistas como Toti Pasman o Nacho Goano que no titubearon a la hora de medir su altura y compararla con la de los grandes deportistas. Y para que todos tuvieran la oportunidad de vivir la pasión del básquet, invitamos a varios amigos como *Fernando Carlos*, *Emiliano Pinsón*, *Walter Quejeiro*, *Sergio Gendler* y *Martín Liberman*, a que sortearon entradas para los partidos más decisivos vía Twit





A días de su inauguración, un diario matutino decía:

"Un stand que no pasa inadvertido es el de Gillette que simula ser el vestuario de la selección a escala extra large. Ahí uno puede tomar real dimensión de la diferencia de tamaño entre los jugadores

argentinos y el resto de la gente. La pileta de lavabo a más de 1m.40 del piso, le hace notar a este cronista la principal razón por la cual, además del talento, no se dedicó al básquet".

Como menciona el cronista de la nota, el **Primer Vestuario Gillette** nos hizo recordar a todos porqué no habíamos sido basquetbolistas al mismo tiempo que despertaba una y otra vez la admiración por este equipo de grandes hombres, más allá de su altura.

La participación del público demostró que a veces ser sponsors es mucho más que imprimir una marca en una camiseta; y que hay oportunidades como éstas que nos unen con nuestros consumidores en la pasión y momentos únicos.



RT @rodrigocabb: Nota a @manuginobili con @nachogoano en el vestuario Gillette en el Poli



Con @manuginobili en el vestuario d Gillette



Los que vayan a Mardel a ver la Selección del pueblo, les recomiendo el vestuario de Gillette para la previa. Imperdible!!!!



Hoy estamos todos con el equipo argentino de básquet! Para el debut @manuginobili se preparó en el #VestuarioGillette bit.ly/pjN8GZ



Fin d una jornada extensa pero feliz!!! Recien vuelto d MDQ donde estuve con @manuginobili y @obricio7 by Gillette

¡RESULTADOS DE ALTURA!

Durante los 11 días que duró el Preolímpico de Básquet...



- Más de **100.000 fanáticos** pasaron por el preolímpico y "Levantaron los Brazos" en el Vestuario Gillette, registrando su altura.



- **Miles de desodorantes** entregados para alentar con confianza en tan solo 11 días.



- **81 PR articles** fueron publicados en medios target para la marca como Clarín, Olé, La Razón, Perfil, La Nación, Noticias, Caras, Gente.



- **44.6 mm impressions** alcanzadas en medios gráficos, radiales, televisivos y digitales.



- Los periodistas deportivos más importantes invitaron durante los **11 días** a todos sus seguidores a visitar el Vestuario Gillette.



➤ Y lo mas importante de todo...

**FESTEJAMOS CON LOS
BRAZOS BIEN EN ALTO
LA VICTORIA DEL EQUIPO
ARGENTINO Y SU PASE A
LONDRES EN 2012!**

