

CATEGORÍA

**Mejor campaña
de publicidad
comercial**

CLIENTE

**IKA
Euskaltegiak**



EL EUSKERA TE

BAI BAI BAI BAI BAI
MULTIPLIKA
BAI BAI BAI BAI BAI



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

IKA Euskaltegiak es la red de euskaltegis de Álava, Navarra y La Rioja, que lleva más de **30 años** impartiendo clases de euskera y formación.



OBJECTIVO PRINCIPAL

Nos trasladaron la necesidad de realizar una **campaña de publicidad** donde dar a conocer sus servicios y los beneficios de estudiar euskera.

Tras un análisis del mercado actual y escuchar las necesidades del sector, **definimos una nueva estrategia para la campaña con el objetivo de transmitir los valores de IKA Euskaltegiak.**





ESTRATEGIA DE MARKETING

Siguiendo con el estilo comunicativo de IKA, basado en un lenguaje moderno y atractivo para el público objetivo, **construimos un nuevo eslogan original: “El euskera te multiplika”.**

Un concepto que juega con la forma de escribir “**multiplica**” con K, poniendo en valor la **identidad de IKA** y convirtiendo el propio eslogan en un **elemento diferencial de la campaña.**



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: CREATIVIDAD Y DISEÑO

Desarrollamos una gráfica basada en el concepto de la multiplicación, **mostrando a una misma persona repetida hasta cuatro veces.**

Un recurso visual que representa de forma directa y llamativa **cómo el euskera multiplica nuestras opciones,** nuestras vivencias y, en definitiva, nuestra vida..



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: COMUNICACIÓN

Desarrollamos **una campaña global con diferentes soportes comunicativos en las ciudades de Vitoria-Gasteiz y Pamplona**: piezas audiovisuales, publicidad exterior en autobús y tranvía, marquesinas y mobiliario urbano, inserciones en medios digitales, estrategia de Social Media, merchandising, cartelería, dípticos y carpetas.





EL EUSKERA TE

MULTIPLIKA



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: SPOT CREATIVO

Para trasladar este concepto al audiovisual, **creamos un spot** protagonizado por una única persona multiplicada en diferentes situaciones.

Una misma chica se multiplica en pantalla: camina, se sienta, observa, escucha música...

Diferentes versiones de una misma persona, viviendo diferentes posibilidades.

Una forma visual, original y cercana de **mostrar que aprender euskera no solo añade un idioma a nuestras vidas: nos multiplica las posibilidades de vivirlas.**



RESULTADOS OBTENIDOS DE CAMPAÑA

Durante el mes de septiembre la campaña de publicidad realizada para **IKA Euskaltegiak** ha tenido una notable presencia en las calles de Vitoria-Gasteiz y Pamplona.



RESULTADOS OBTENIDOS DE CAMPAÑA

La campaña ha supuesto un **cambio en el estilo comunicativo y publicitario de IKA Euskaltegiak**, logrando **mejorar** ampliamente los **datos de matriculación** previamente definidos.



