

23.01.12

---

## **Organizar el Día Internacional de la Mujer**

**LAS MEJORES CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE 2011. La agencia Medialuna organizó el acto de celebración del centenario del Día Internacional de la Mujer.**

POR MEDIALUNA COMUNICACIÓN. sábado 21 de enero de 2012



### **OBJETIVOS:**

Celebrar los 100 años del Día Internacional de la Mujer.

### **ESTRATEGIA:**

Reunir a destacadas mujeres del ámbito de la política y la empresa para tratar el tema “Mujer europea y Liderazgo”.

### **ACCIONES PUESTAS EN MARCHA:**

Convocatoria a medios de comunicación, Debate Mujer Europea y Liderazgo junto con altos representantes de las Instituciones Europeas y envío de NP.

### **RESULTADOS:**

Más de 180 asistentes entre invitados y medios de comunicación. Amplia cobertura informativa.

### **LA OPINIÓN DEL CLIENTE:**

Altamente satisfactoria por la capacidad organizativa de Medialuna y el éxito tanto de convocatoria como mediático.

## Volver al Especial Campañas 2011: Campañas Institucionales

### Ficha Técnica

- **Agencia:** Medialuna
- **Producto:** Día Internacional de la Mujer
- **Cliente:** Instituciones Europeas
- **Contacto del cliente:**
- **Equipo de la agencia:** Acto de celebración del centenario del Día Internacional de la Mujer.
- **Objetivo:**
- **Resultado:**

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/1931/organizar-el-dia-internacional-de-la-mujer-medialuna-agencia-comunicacion-corporativa>

## El Blog de Luisito y otras técnicas en Redes

**LAS MEJORES CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE 2011.**  
Medialuna Comunicación desarrolló para emporia Telecom una estrategia de comunicación digital para dar a conocer sus móviles de fácil uso.

POR MEDIALUNA COMUNICACIÓN. sábado 21 de enero de 2012



### OBJETIVOS:

Dar a conocer los terminales y la compañía emporia, que fabrica **teléfonos móviles de fácil uso**, a través de redes sociales, tanto dirigiéndonos a usuarios finales como a recomendadores o familiares.

### ESTRATEGIA:

Puesta en marcha de **páginas oficiales de la compañía** en las principales redes sociales utilizadas en España y desarrollo de estrategia comunicativa en ellas.

### ACCIONES PUESTAS EN MARCHA:

- creación de páginas y perfiles en Facebook, Twitter, Youtube y Flickr con planificación de contenido diario que potencia la interacción de los usuarios con la marca.
- Puesta en marcha de un blog, [El Blog de Luisito](#), en el que Luisito, un personaje de 12 años, nos cuenta su día a día y su relación con su abuela.
- Creación de contenido diario en redes y blog.
- Interacción diaria con seguidores.

- Creación de concursos en redes sociales para dar a conocer a emporia.
- Creación de eventos offline, convocados online a través de [El Blog de Luisito](#) y las páginas de emporia en redes: Primer Picnic Familiar emporia
- Relaciones y colaboraciones con bloggers.

Facebook: <http://www.facebook.com/emporiaEspana>

Twitter: <https://twitter.com/emporiaES>

Flickr: [http://www.flickr.com/photos/emporia\\_es/](http://www.flickr.com/photos/emporia_es/)

Youtube: <http://www.youtube.com/user/emporiaEs>

El blog de Luisito: <http://www.elblogdeluisitoysuabuela.blogspot.com/>

## Ficha Técnica

- **Agencia:** Medialuna Comunicación
- **Producto:** Móviles de fácil uso de emporia Telecom
- **Ciente:** emporia Telecom
- **Contacto del cliente:**
- **Equipo de la agencia:** Departamento Digital
- **Objetivo:**
- **Resultado:**

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/1932/emporia-comunicacion-digital-el-blog-de-luisito-y-redes-digitales-agencia-especializada-tecnologia>