

Botellas gigantes y tirachinas interactivos para impactar al público

Famori, laboratorio de ingeniería interactiva, ha colaborado con la marca Bezoya en el desarrollo de su campaña “quédate con lo bueno”.

El pasado mes de Julio fuimos testigos de una impactante campaña realizada por la marca Bezoya del Grupo Pascual en colaboración con la ONG Acción Contra el Hambre. El objetivo era la construcción de pozos de agua en Filipinas, meta que se alcanzó gracias a la participación de los ciudadanos madrileños. Bajo el lema “quédate con lo bueno” presentaron al público una gran botella de agua de 6 metros de altura colocada en la transitada Plaza del Callao en Madrid. Se requerían 4.000 tweets de mensajes positivos para llenar dicha botella de agua.

La campaña tuvo una gran aceptación por parte de los transeúntes que se acercaban intrigados a la botella de agua de tales dimensiones. Bezoya, además, repartió más 5.000 botellas de su agua mineral para aliviar el calor sofocante de los viandantes.

Detrás de toda esta puesta en escena se encontraban empresas como Famori que permitieron el desarrollo del proyecto. La tecnología interactiva de Famori hizo posible que cada vez que el hashtag #quedateconlobueno recibía un nuevo tweet, aumentara el agua que contenía la botella gigante. Para ello, se conectó la botella de agua a un receptor de tweets y a una bomba de agua controlada por una placa de Arduino mediante un software interactivo. Por otro lado, se instaló en la plaza una pantalla que proyectaba los tweets que se iban enviando.

Otras de las últimas campañas en las que ha participado Famori consistió en un evento organizado para la presentación de la marca de ron Ritual en el que los asistentes lanzaban mensajes mediante un tirachinas interactivo a una gran pantalla. Dicho evento se celebró en el Pabellón de la Navegación en Sevilla en donde se organizó una glamurosa fiesta que tuvo como principal protagonista al nuevo ron Ritual. Todos los invitados tuvieron ocasión de plasmar sus mensajes en una pared interactiva en forma de mancha de pintura que lanzaban y escribían desde un soporte en forma de tirachinas. Este dispositivo tenía integrada una pantalla táctil donde se redactaba el mensaje. Una vez redactado, el tirachinas interactivo enviaba una señal luminosa a la pared en el lugar donde lo apuntaba el participante que finalmente proyectaba el mensaje a modo de mancha de pintura. La fiesta fue un gran éxito y todos los asistentes participaron en el juego propuesto por la marca.

Famori ha desarrollado importantes proyectos para marcas como Privilege Ibiza, que cuenta con una barra interactiva. Por esta razón, tiene prevista una remodelación de su web en la que incluirán nuevos productos así como sus proyectos realizados más ambiciosos.

Famori sorprenderá con nuevas aplicaciones cada vez más llamativas y revolucionarias y soluciones interactivas hechas a medida del consumidor.

Más info en:

www.famori.es/

Datos de contacto:

Adrián Ortiz

Director

0034 955 110 357

Categorías: [Marketing Otros Servicios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>