

Derroche de "energía de la buena" en la nueva campaña de Serrano

Cárnicas Serrano reivindica, en su última campaña, la felicidad como fuente de energía, más allá de las necesidades energéticas al uso

La nueva campaña de comunicación de Cárnicas Serrano, "Energía de la Buena", establece una conexión entre las distintas fuentes de energía que nutren a diario.

Por un lado, su extensa y variada gama de productos, capaz de mantener el organismo en equilibrio y, por otro lado, actividades de la vida cotidiana, como la superación de un reto deportivo, los momentos compartidos con los pequeños de la casa, el baile o cualquier otra disciplina artística, que a todos colma de satisfacción.

De este modo, y a través de tres piezas audiovisuales, un atractivo Sitio Web y un millón y medio de productos intervenidos, Serrano reivindica la "energía de la buena"; aquella que no responde a necesidades energéticas al uso, sino que es fuente de positividad y, por qué no, de felicidad.

La campaña, que se prolongará hasta el próximo 15 de noviembre, se completa con un plan de difusión en el entorno digital con el que se espera alcanzar más de 20 millones de impactos y toda una serie de activaciones offline, entre las que destaca una acción enmarcada en el patrocinio por parte de Serrano del Maratón y Medio Maratón Valencia Trinidad Alfonso.

Una acción que la compañía ofrecerá a comienzos de octubre a participantes de estas dos importantes pruebas deportivas -doscientos corredores- y que se materializará en una jornada repleta de "energía de la buena": una hora de rodaje dirigida por atletas de referencia del Club de Atletismo Serrano y un almuerzo con recetas energéticas basadas en los productos de la firma.

Álex Salvador, director de Marketing de la compañía, destaca que han querido conectar las motivaciones de compra de carácter explícito y funcional, aquellas que pertenecen a la categoría de producto, con las motivaciones de compra implícitas, que tienen un carácter psicosocial. Así, mostrando situaciones placenteras que culminan en diferentes momentos de consumo, unimos la energía de la buena (la que recorre el cuerpo al ritmo de la música o la que colma con la superación de un reto) con la energía que aportan los alimentos (valor energético).

Premios y recompensas

Entre los premios a quienes participen en la campaña, se encuentran diversos sorteos articulados a través de los perfiles en redes sociales de la marca y con regalos vinculados a las tres historias que se muestran en las piezas audiovisuales.

Junto a estos, la compañía sorteará un viaje -para dos personas y con una semana de duración- a un destino de naturaleza exuberante, ideal para recargar "energía de la buena": Costa Rica.

Además, de la mano de Gelt, cuatro gamas de producto estratégicas para Serrano serán las protagonistas de una campaña cashback, mediante la que los usuarios de esta aplicación se beneficiarán del reembolso de parte del coste.

Datos de contacto:

Álex Salvador

605 92 25 84

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Nutrición](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Otros deportes](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>