

Una campaña de marketing de KFC incita a la gente a publicar su esquela

La compañía de Kentucky premiará con pollo de por vida a aquellas personas que puedan 'certificar' que han estado en 'el más allá'

En México, el Día de los Muertos es una fiesta que celebra que las almas de los seres queridos regresan al mundo de los vivos. Ese día, KFC lanza Chickadilla, su nuevo producto inspirado en el país latinoamericano y, para presentarlo, lanza 'Los Retornados': una campaña en la que la compañía del pollo al estilo Kentucky regalará Chickadilla de por vida a quienes 'demuestren' que han vuelto del más allá.

La dinámica de la campaña es sencilla y apela al espíritu más lúdico de la fiesta mexicana: Los participantes tendrán que publicar su esquela para poder optar al premio. Para ello deberán contratar los servicios funerarios en cualquier periódico - nacional, regional o local -, publicar su obituario y compartir la esquela en redes sociales etiquetando a KFC. Los participantes podrán conseguir chickadilla de por vida.

La compañía de Kentucky comunicará la campaña con auténticos retornados. "KFC ha localizado a varias personas que vivieron experiencias muy cercanas a la muerte y estuvieron clínicamente muertos durante varios minutos para que expliquen qué hay en el más allá y puedan certificar el sabor del pollo". Estos tres testimonios contarán su experiencia en una serie de vídeos que se podrán ver en la web y las redes sociales de la marca durante la última semana de octubre.

El objetivo de la campaña es presentar el nuevo producto de KFC de inspiración mexicana que incluye tortilla de maíz, salsa de yogurt, queso fundido, Doritos, tomate en dados y pollo. El artista Juan Carlos Paz (Bakea) ha sido el responsable del universo visual de la acción y la campaña ha sido desarrollada por la compañía creativa PS21 junto con la productora La Joya Producciones. La campaña está formada por dos piezas audiovisuales de 90" y 30", exterior y varias piezas digitales que convivirán en Facebook, Twitter, Instagram.

Datos de contacto:

Rebeca Queimaliños
916588770

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

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Entretenimiento](#) [Restauración](#) [Consumo](#)