



MAJORICA SE ALZA CON EL PREMIO RECONOCIMIENTO ESPECIAL A LA INVESTIGACIÓN EN EFICACIA 2024



25 DE OCTUBRE DE 2024

Ayer, jueves 24 de octubre de 2024 tuvo lugar la Gran Noche de la Eficacia, una iniciativa de la Asociación Española de Anunciantes con la colaboración estratégica de SCOPEN

Tal y como viene siendo habitual, la gala tuvo lugar en el Teatro Real de Madrid. En su XXVI Edición, el **Gran Premio a la Eficacia 2024** recayó en la campaña “El robo del año y el plan cabo suelto”, de Estrella Galicia (Hijos de Rivera) y Netflix (Berlín) y las agencias Imaxe y Havas Media, con la colaboración de CYW, YouPlanet, Globant y Proximia by Havas. Esta campaña también obtuvo un oro en la categoría “Mejor campaña integrada” y una plata en “Estrategia más original y disruptiva”.

El Premio de Oro Reconocimiento Especial a la Investigación fue para Majorica, una marca con más de un siglo de historia y con una imagen algo anticuada y ligada a lo tradicional. Se detectaba que su producto estrella, las perlas, se estaba recuperando como accesorio deseable, pero el peso de la marca hacía que Majorica no se sumara a esta tendencia. **Majorica necesitaba revertir la situación, ampliar el público al que se dirigía y llegar a un target algo más joven sin perder su esencia.**

Para ello **la agencia McCann Worldgroup** concibió una campaña que recurría al Mediterráneo y que combinara lo clásico con lo contemporáneo, por ejemplo, uniendo la danza moderna con la novena de Beethoven o combinando perlas con chándales. Esta campaña evolucionó a una segunda en la que se intentó llegar al público joven a través del territorio de la música y géneros como el flamenco o el folklore, estilos enraizados en el pasado pero que habían vuelto con fuerza.

Majorica consiguió reforzar el conocimiento de marca en general, especialmente entre el público joven, y logró entrar en el Top 5 de marcas más conocidas de la categoría de joyas. También mejoró considerablemente la percepción hacia la marca, estableciendo un mayor vínculo de deseo con el target, lo cual generó un incremento en ventas y en fidelidad.

En esta ocasión, **Ileana del Río**, Head Qualitative Area de GfK, ha sido la profesional que, en representación de Insights + Analytics España, ha formado parte del jurado, asesorándole técnicamente en materia del uso del market research. Según Ileana, el premio a Majorica y McCann es merecidísimo “por ese campañón que ha sido y está siendo Classic meets today, un claro ejemplo de cómo la investigación, cuidada en cada fase - y bien planteada- puede conducir a resultados extraordinarios”.

¡Nuestra especial enhorabuena a todo el equipo de Majorica y de McCann Worldwide!



Reconocimiento Especial a la Investigación, Majorica y McCann Worldgroup.
A la derecha, imagen de la campaña “Classic meets today”



Gran premio Eficacia 2024, Estrella Galicia

Más info: <https://ia-espana.org/eficacia/>

Qué es Insights + Analytics España:

I+A es la asociación que representa a todo el sector de la investigación de mercados y data science. La ambición de I+A es ampliar el enfoque de la investigación de mercados a las nuevas fuentes de datos, metodologías y disciplinas que han aparecido en los últimos años como consecuencia de la progresiva digitalización de la sociedad. I+A da voz todos sus socios -empresas, profesionales, clientes y académicos- para seguir impulsando el importante rol que la investigación de mercados tiene en el conocimiento de los consumidores y la sociedad.

MÁS INFORMACIÓN: www.ia-espana.org



INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA
C/ Ferraz 35, 3ªdcha.
28008 Madrid
Tel: 647 065 633 / 637209380 / 647 065 616
secretaria@ia-espana.org
www.ia-espana.org

CONTACTO PRENSA:



SMART MEDIA SOLUTIONS
C/ Luis Muriel 12 – 3D
28002 Madrid
Tel: 91 758 48 72
Teresa Osma – tosma@smartm.es
www.smartm.es