

MediaMarkt®

Tecnología al mejor precio

ESPAÑOL





UN POCO DE HISTORIA

Cadena electrónica de origen alemán, fundada en Munich, 1979.



MODELO DE MARCA

- Grandes superficies, muchas opciones.
- Márgenes reducidos pero gran volumen.
- Fuerte orientación al cliente.

CONCEPTO INNOVADOR

- Manipulación directa de los productos.
- Accesibilidad del cliente.



11/11/1999 : primera tienda española.

2002 : Campaña destacada "Yo no soy tonto". Eslogan destacado y emblemático, que refleja la identidad audaz pero accesible.

2012 : MediaMarkt importa el concepto del Black Friday en España (en física y en ligas).

2024-2025 : MediaMarkt tiene alrededor de 111 tiendas en España.



SUMARIO

1

El tema social



2

Los cibles



3

La idea



4

La campaña



5

Los declinaciones





1 La marca y el tema social

La marca es **MediaMarkT** : una empresa especializada en la **electronica** grando publico como La Fnac o Darty en Francia. Es un **lider** del mercado de la ditribución tehcnológica en españa.

Hoy, todos estamos de acuerdo en que conocemos al menos a una persona mayor en nuestro entorno (incluso un padre) que tiene problemas para usar su teléfono, computadora o incluso Internet y las redes sociales.

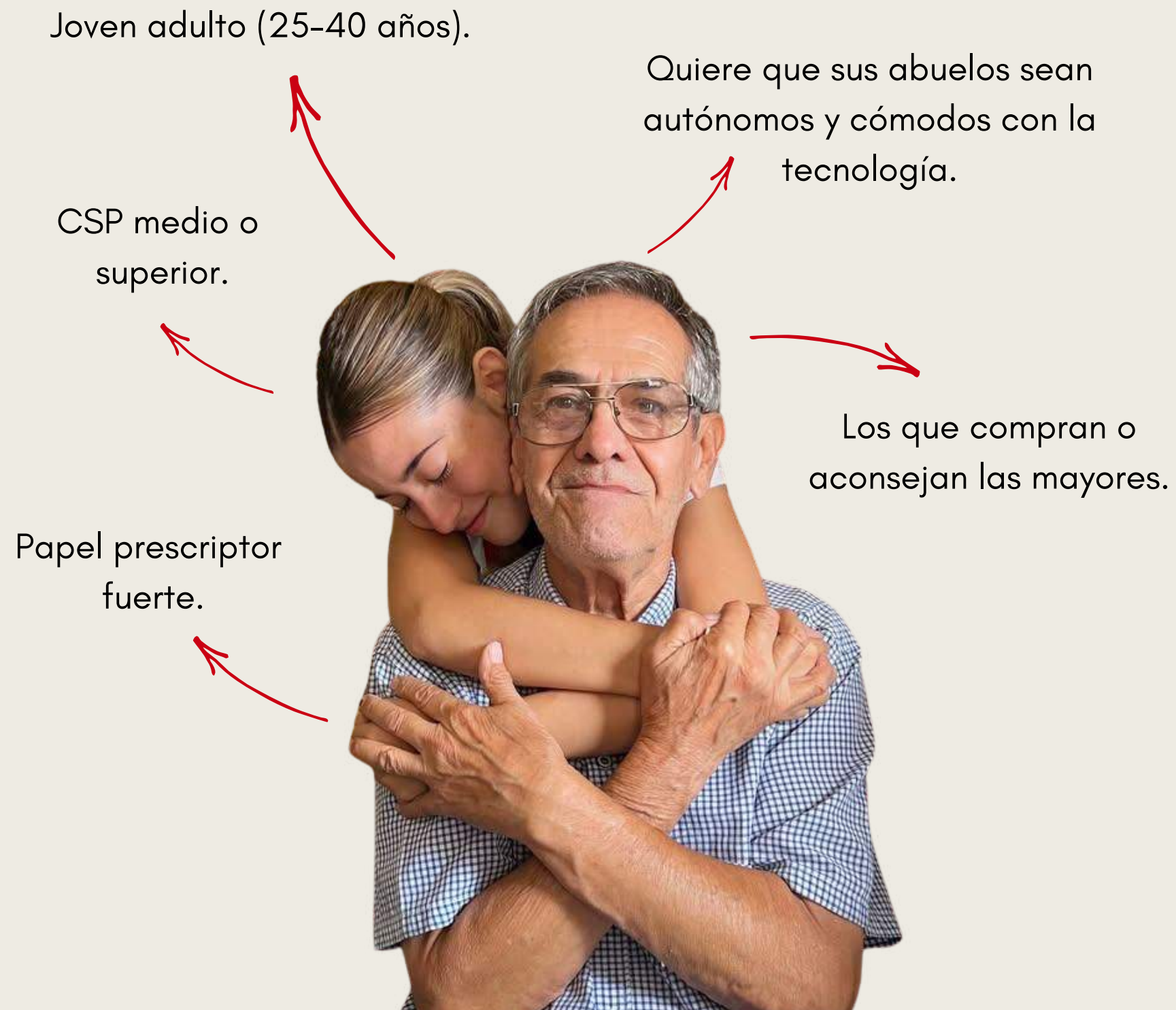
Entonces, el **tema social** que elegido es **los ancianos y su relación con las nuevas tecnologías.**





2 Los cibles

CIBLE PRINCIPAL



MOTIVACIONES

- Facilitar la comunicación, aligerar la carga mental para los dos partes.
- Compartir momentos a pesar de una vida cotidiana ocupada.
- Sentido de ayudar y prestar servicio ofreciendo un regalo de calidad y verdaderamente útil > inclusión.

FRENOS

- Falta de tiempo para enseñar tecnología a sus seres queridos.
- Preocupación por la seguridad (que hagan cualquier cosa y sean estafados).
- Conflictos generacionales que traen frustración.



2 Los cibles

CIBLE SECUNDARIA

Personas jubiladas o retratado (55-75 años).

Utiliza un teléfono antiguo de su generación o utiliza el 1% de las funciones de su smartphone.

Familiares próximos a ellos.

Activo, CSP promedio, vive solo o en pareja.



MOTIVACIONES

- Desean estar conectadas con sus seres queridos y con el mundo.
- No sentirse excluidos de la sociedad digital y de las nuevas generaciones.
- Facilitar su vida cotidiana, divertirse y ser autónomos.

FRENOS

- Miedo a la complejidad, desconfianza en la tecnología (estafa, piratería y seguridad).
- Sentimiento de inferioridad ("es para los jóvenes y no para mí").
- Barreras físicas (vista, memoria, dedos).
- Mala experiencia en el pasado (vergüenza).



3

La idea



INSIGHT

Todos tenemos clichés sobre las personas mayores y su relación con la tecnología.



OBJECTIF

Actualizar y reconciliar a las personas de edad con las nuevas tecnologías.



CONCEPT

Utilizar el humor para poner de relieve las dificultades de los ancianos y las soluciones existentes.



4

La campaña



PROMESA

MediaMarkt es un intercambiador de generaciones que simplifica la tecnología para que sea accesible a todos, sin importar la edad.



TONALIDAD

Humorística, tierna, intergeneracional. Nos burlamos amablemente de los clichés pero con benevolencia.



ESLOGAN

En MediaMarkt, no solo vendemos tecnología, creamos conexiones.

5 Los declinaciones

Print



Para las imágenes, la **carta gráfica** de la marca se ha retomado.

El objetivo era realizar visuales muy atractivos (colores flash, fotos humorísticas), con el fin de **interpeller el espectador y atraer la atención**, mientras que la realización de imágenes simples incluyendo una foto, una frase pegadiza y reinventar el eslogan de la marca.

Estas imágenes son la expresión misma de la **identidad de marca: humorística, impactante** pero también **simple y accesible**.

En las próximas páginas, encontrará el conjunto de los descensos.



MediaMarkt

**PORQUE NUNCA
RECIBIMOS
SUFICIENTE*.**

*selfies y mensajes de los abuelos.

En MediaMarkt no solo vendemos de la tecnología, creamos conexiones.

**CUANDO ESPERAS EL FACE TIME
DE LOS NIETOS.**



En MediaMarkt no solo vendemos de la tecnología, creamos conexiones.

WIPE SWIPE SWIPE SWIPE SWIPE SWIPE SWIPE SWIPE SWIPE SWIPE



Papi, prepárate para swiper!

En MediaMarkt no solo vendemos de la tecnología, creamos conexiones.

5 Los declinaciones

Print : mockup

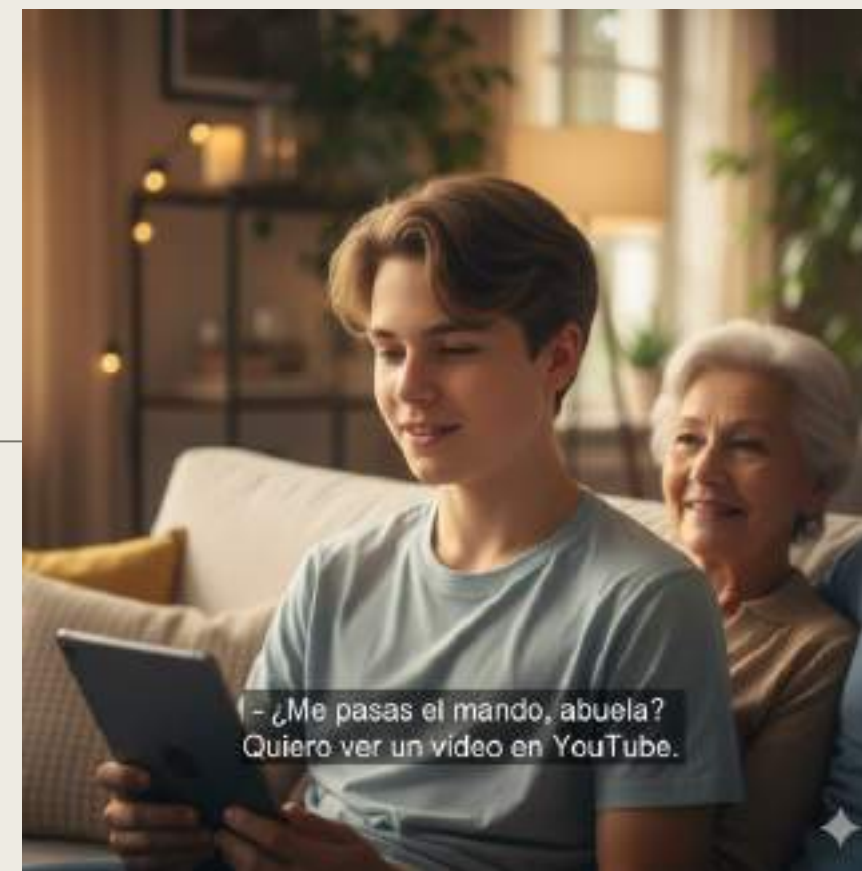


5 Los declinaciones

Video : storyboard



Salón moderno, luminoso y acogedor. La familia está sentada en un sofá: abuela sonriente, adolescente con tableta, padres relajados y cómplices. Plano medio-shot, horizontal, ambiente relajado y cómplice. Estilo de publicidad realista.



Adolescente mirando su tableta, expresión tranquila y divertida. Dice: «¿Me pasas el mando, abuela? Quiero ver un vídeo en YouTube?» Plano 3/4, luz suave, ángulo ligeramente inclinado.

5 Los declinaciones

Video : storyboard



Abuela confiada, sonriente, ligeramente sorprendida pero segura de sí misma. Ella responde: «Ah sí, claro... ¿en Youtoub? » Close-up o plano 3/4 sobre su rostro, expresión humorística pero tierna. Luz cálida.



Todos los personajes se echan a reír, la abuela mira a la familia con una tierna sonrisa. Tagline oral y luego escrito: «En MediaMarkt hablamos todos los idiomas... incluso el tuyo.»

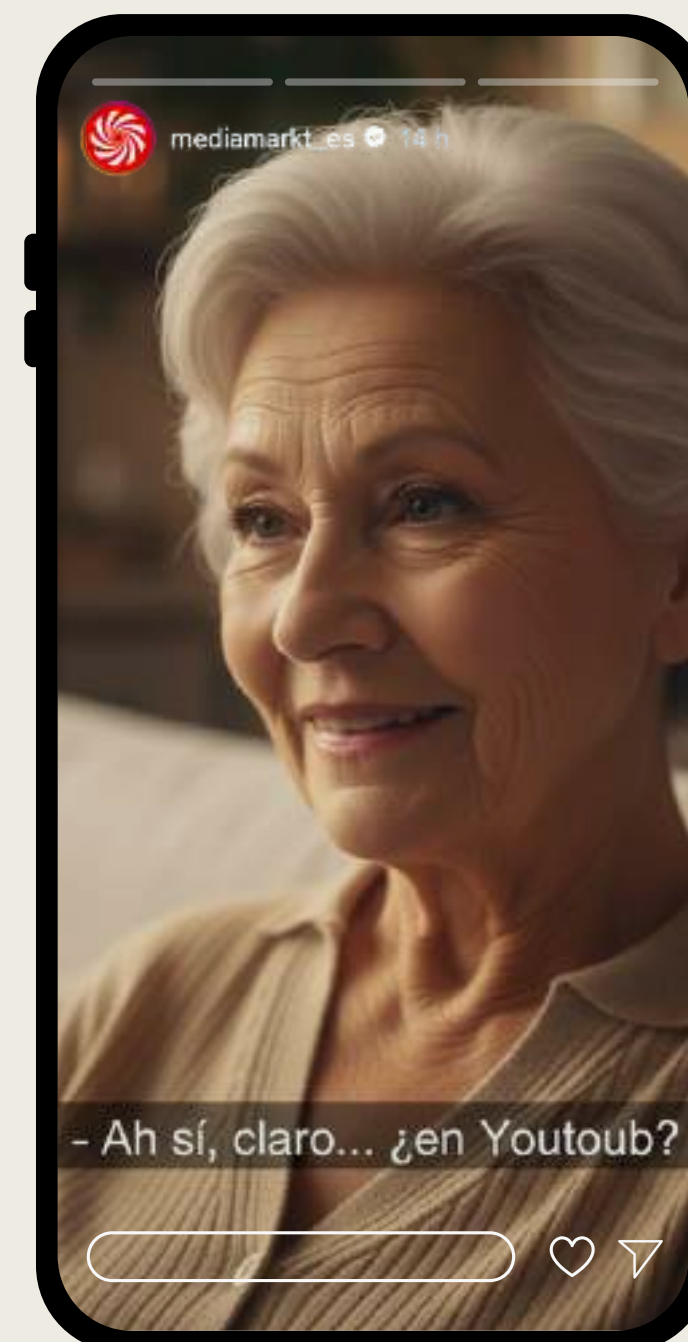


Plan final de ambiente, todos los personajes sonríen y luego transición cut a la pantalla final tipo publicidad MediaMarkt y visualización del eslogan.

5 Los declinaciones

Redes sociales

Impresiones visuales tomadas de las redes sociales **Instagram y Facebook** (principales redes utilizadas) para asociar MediaMarkt a una verdadera identidad visual.



5 Los declinaciones

Creación de **retos** a realizar y **hashtags** complementarios, pro ejemplo :

- La abuela prueba TikTok filters.
- La abuela y las expresiones de los jóvenes.
- La abuela me imita en la vida de todos los días.
- Papi hace un unboxing manera influenceuse belleza.

Ganancias **ofrecidas** a los vídeos más populares : descuentos, vales de compra, pack tech intergeneracional etc.

Redes sociales



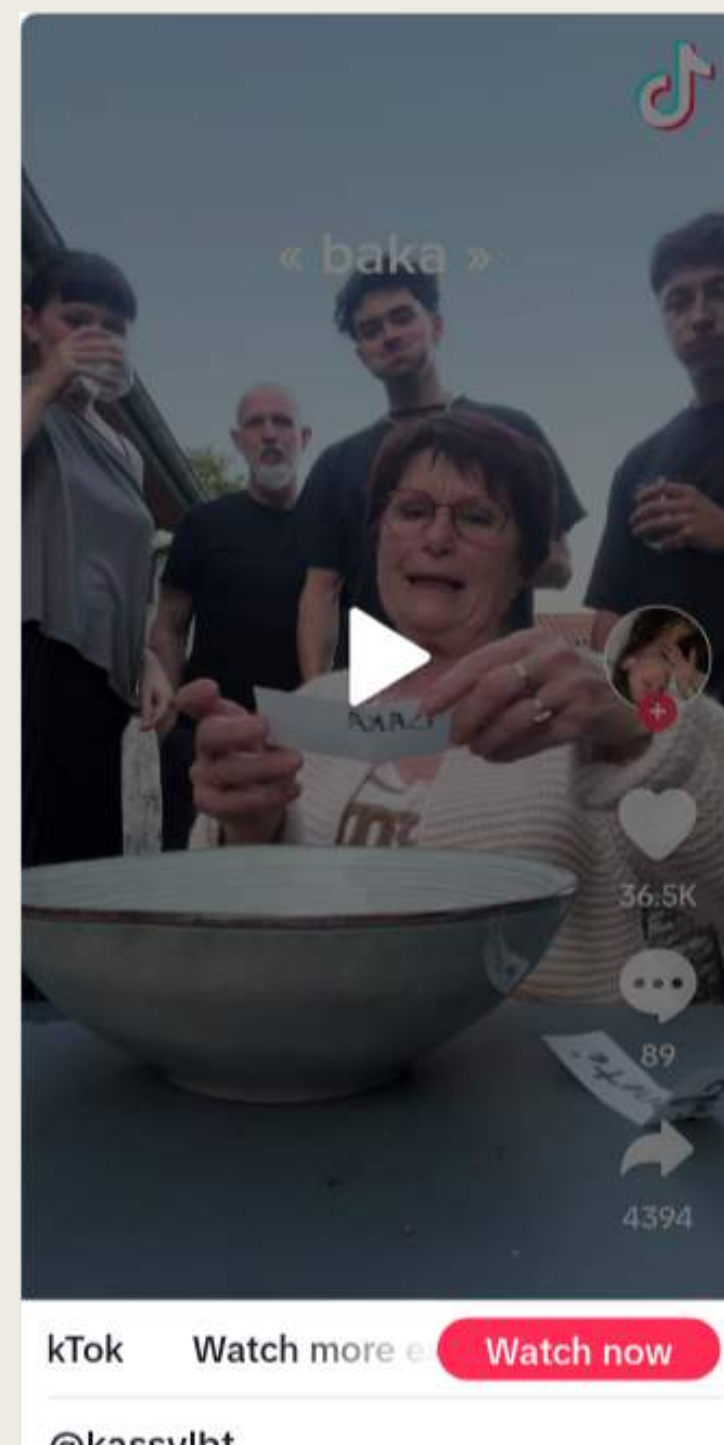
5 Los declinaciones

Redes sociales

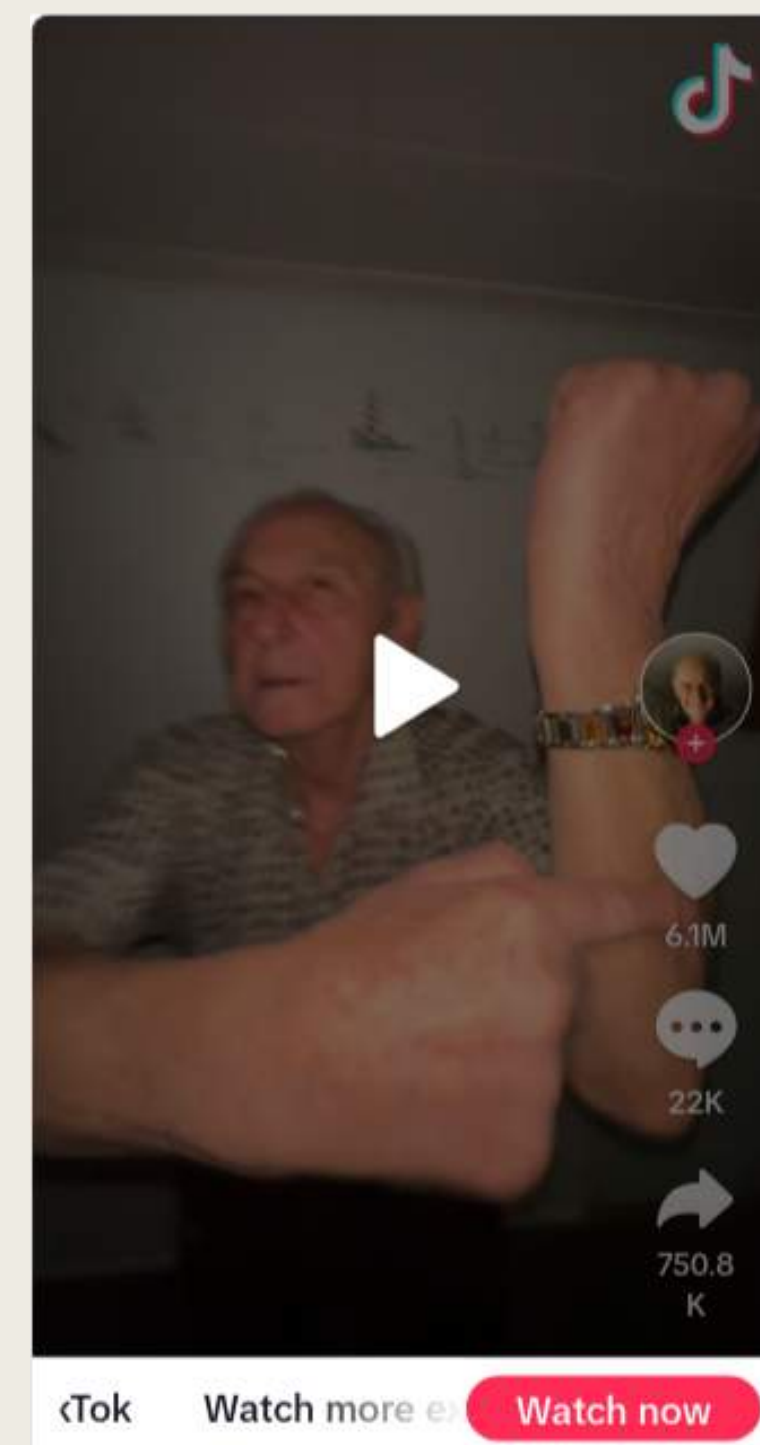
Enlace de video



Enlace de video



Enlace de video



Ejemplos de tendencias
existentes e inspiradoras que
MediaMarket puede reutilizar.

5 Los declinaciones

RR.PP

Publicidad de media página o encarte de MediaMarkt y su nueva campaña en una revista de productos diversos (tipo revista "Fnac" en Francia).

Texto y imagen para colocar en un inserto publicitario de revista

"MediaMarkt: no solo vendemos tecnología,
creamos conexiones.

Los nuevos productos de la marca y asesores
vosos esperan en la tienda, para una
experiencia exclusiva para aprender y disfrutar
de la tecnología con total accesibilidad y
sencillez."



5 Los declinaciones

Evento

Un **evento cálido, inclusivo, intergeneracional** y **lúdico** donde las personas mayores son acogidas, asesoradas, acompañadas y valoradas como usuarios legítimos de la tecnología moderna, con humor y benevolencia.

IDEAS

- Día especial de acogida y asesoramiento de la gente en las tiendas: animaciones, demostraciones, promociones especiales.
- Talleres «iniciación digital» gratuitos para personas mayores (patrocinados por MediaMarkt).



MediaMarkt®

Gracias !

ESPAÑOL

