

Resumen de la Experiencia en el Uso de la Radio

Categoría/Sector	:	Sazonadores
Empresa Cliente	:	Ajinomoto del Perú
Producto/Servicio	:	Ajinomoto
Referido por	:	Radiomar / Beatriz Vargas
Contacto/Cliente	:	Carlos Lavarello, 470 6050

- Referencias de los Ejecutivos de Cuentas de las Radios

Tienen años anunciando en la radio, y se mantienen en esta línea. Son anunciantes comunes de otras radios.

AJINOMOTO: El Sabor de una Promoción

Situación

La cocina peruana, al igual que la de otros países con tradición culinaria, requiere de dos ingredientes importantes para disfrutarla: sabor y color. Ajinomoto es un saborizante que prácticamente carece de competencia en el mercado y goza de amplia aceptación entre las amas de casa y cocineros. Por esta situación, el uso de la comunicación tiene el objetivo de consolidar el conocimiento de marca y maximizar las posibilidades de utilización del producto.

Objetivos

Desde hace 16 años la empresa se planteó el reto de diseñar una campaña promocional del producto con el objeto de premiar a las amas de casa, sobretodo de los barrios populares que compran Ajinomoto.

El objetivo fijado fue el de diseñar una campaña de corte social pero que, a la vez, les permitiera establecer controles sobre la tasa de respuesta de la misma y la convocatoria que pudiera generar.

Campaña

La campaña es conocida como el Milagro de Octubre y es por 16 años una promoción conjunta entre Radiomar y Ajinomoto, en la que el medio de comunicación y la empresa no sólo se han involucrado comercialmente sino que han tenido múltiples satisfacciones con su puesta en marcha.

El plan promocional del Milagro de Octubre es una mezcla de pauta regular con avisos de Ajinomoto, el uso de unidades móviles, la difusión de la misma a través de los locutores en cabina y la petición que se le hace a la gente para que deposite sus envases, elemento de control que permite medir el éxito de la campaña.

Resultados

La promoción con Radiomar es un acontecimiento especial para Ajinomoto. El milagro de octubre fue la primera promoción en la historia de la radio en el Perú que como premio más importante llegó a sortear una casa, y al año siguiente de haberlo hecho sorteó dos casas, estableciendo una marca difícil de superar.

Esta promoción, que repartió cientos de premios tuvo una dimensión nacional, hizo que el personal de la radio se involucre también con la campaña y la promueva por todo el Perú. Se logró redenciones de envases de aproximadamente 400,000 por campaña, a plena satisfacción de los ejecutivos de la empresa.

Ajinomoto, con su contribución de sabor, ha experimentado en estos años crecimientos superiores a los indicadores del PBI, evidenciando que aún hay mercadillos, amas de casa y hogares a los que el sabor de la comida puede darles aun, más de una agradable sorpresa.

Para mayor información y sugerencias comunicarse al

COMITÉ DE RADIO

Calle Las Palomas 322 Surquillo Lima- Perú

Teléfono 421- 6203 Telefax 422-8986

sede@comitederadio.com.pe