

RRG





VODAFONE, una historia contada a lo largo de varias agencias:

La cuenta Vodafone ha pasado en los **ÚLTIMOS 20 AÑOS** por múltiples agencias y en todas ellas hemos aportado nuestro compromiso de dar **SERVICIO AL CLIENTE**. Hemos trabajado en las campañas que *TAPSA* o *Sra. Rushmore* han creado. Algunas muy grandes y otras no tanto; hemos evolucionado y aprendido del mercado carácter tecnológico del cliente así como de su comunicación que ha sabido liderar y adaptarse a medios que hoy en día son un estándar.

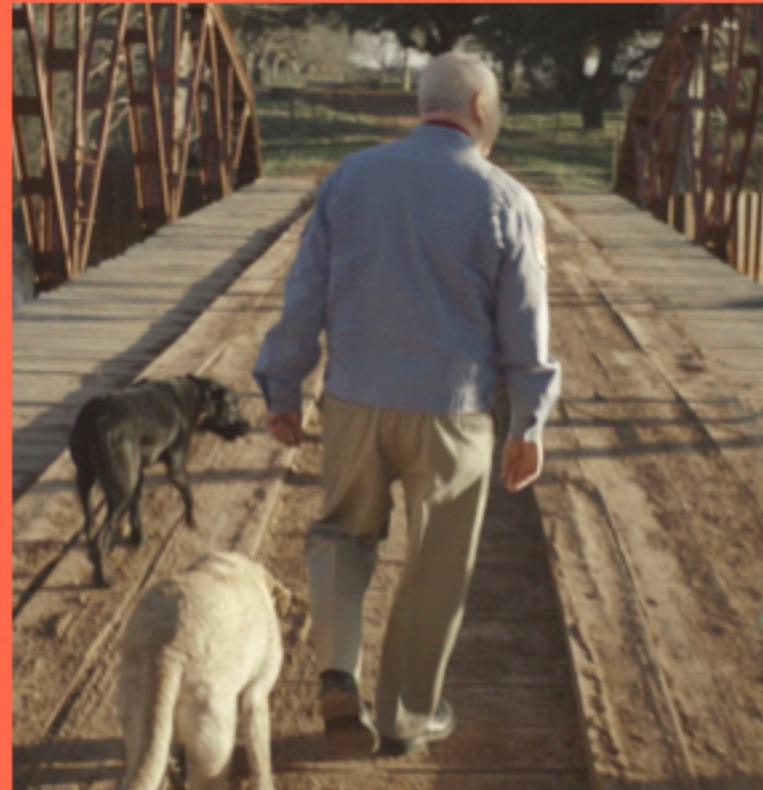
Gracias a la oportunidad de saber estar ahí hemos generado valor para cada una de las marcas, les hemos aportado seguridad y hemos conseguido, junto con el resto del equipo, que el mensaje final creciera y brillara.

Una marca poliédrica y diversificada en con múltiples ramificaciones: YU, LOWI...

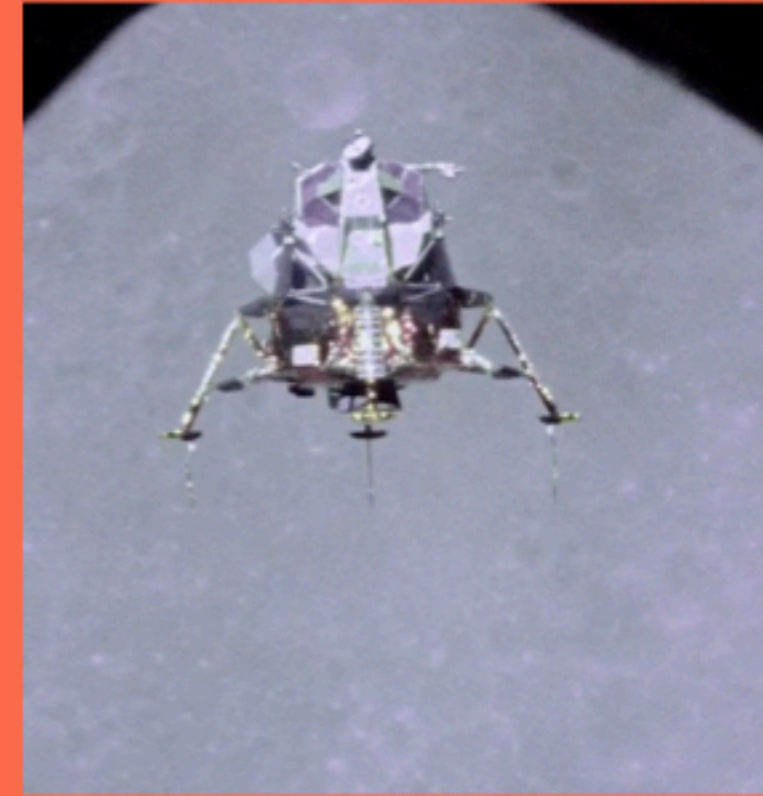
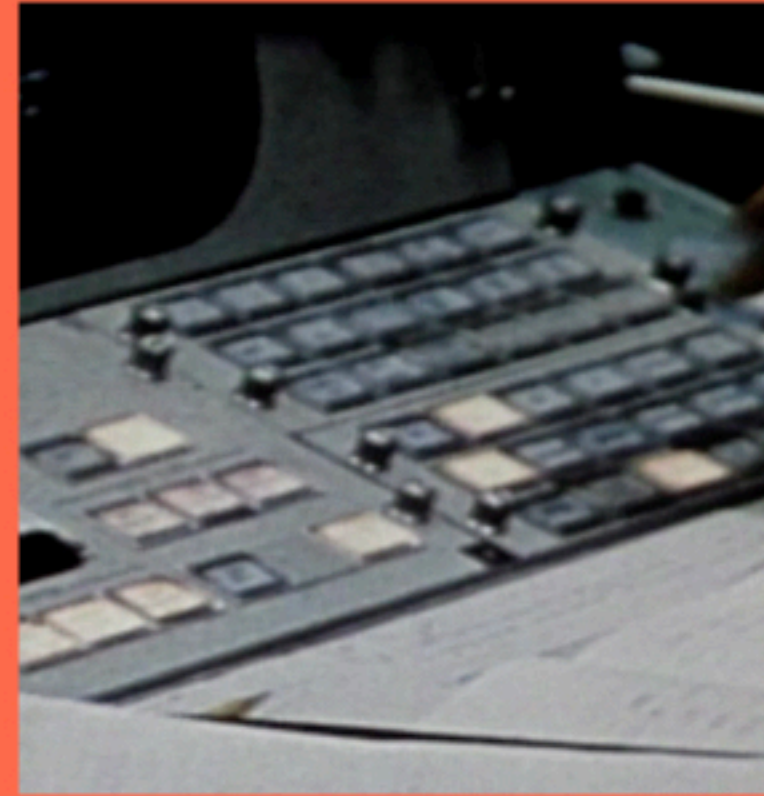




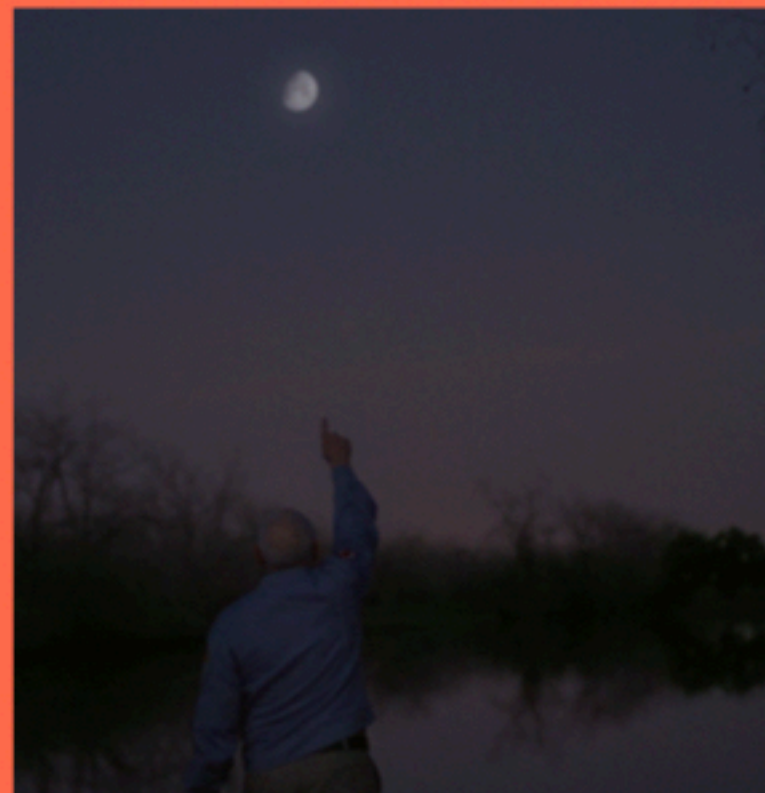
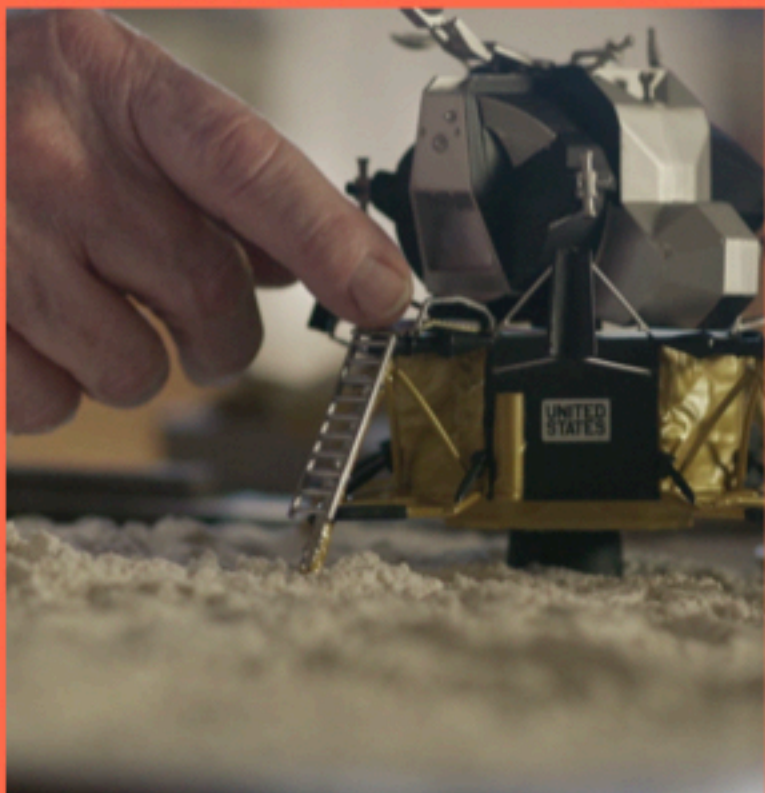
EJEMPLO PRÁCTICO. Reposicionamiento año 2015: la campaña de Alan Bean.



- **Coordinación del nacimiento y lanzamiento de un nuevo producto: ONE.** Hemos sido partícipes y testigos del nacimiento y lanzamiento del producto **todo-en-uno** de Vodafone: **ONE**. En 2015 el mercado de las telcos demandaba servicios integrales que juntara los dos pilares más potentes del momento, fibra y planes de telefonía móvil junto con el servicio incipiente de la TV de Vodafone.
- **Derechos de un gran prescriptor.** La campaña se articuló en torno a un gran prescriptor internacional, el astronauta de la NASA Alan Bean. Una celebridad desconocida para el gran público y fuera del circuito publicitario, pero perteneciente al selecto club de los moonwalkers. Hasta la fecha solamente 12 personas en la historia han conseguido pisar la superficie lunar y Alan Bean fue el piloto del módulo lunar APOLLO XII, la segunda misión en aterrizar en la Luna.
- **Derechos y gestión del material audiovisual de la NASA, misión Apollo XII.** Relación con el departamento jurídico de la NASA para clarificar el material audiovisual que nutrió toda la campaña y se pudo ver en todos los medios, con piezas que nutrían tanto la parte de ATL como la de BTL, generando un diálogo orgánico entre ellas.



- Trabajamos de manera fluida con los compañeros de **Lovemonk** para poder articular todas las necesidades de la campaña.
- **Rodaje Internacional y Nacional.** Más de 10 días de rodaje en múltiples localizaciones: Houston, Bardenas Reales, Pico Almanzor, Madrid...
- **Mix de técnicas de rodaje y postproducción** al servicio de una iconografía de claro futuro atemporal. Un punto de vista optimista de la tecnología a favor de la vida de las personas. Rodaje con helicóptero, rigging para las levitaciones, 3D, mock ups atemporales y grafismos diseñados ad hoc por empresas boutique: **Tesouro, User T38, Reyes Abades, Serena, equipo técnico habitual de producciones cinematográficas...**
- **Coordinación** con las diferentes agencias del cliente para suministrar el material audiovisual, gráfico y piezas necesarias para poder contar la **campaña** de manera **360**.
- Se gestó un **audiologo** para poder dar unidad a la campaña y que todas las plataformas del cliente lo usaran (p.ej: vídeos de contenido más periodístico alojados en la web de El País)
- **Producción de gran cantidad de material de archivo.** Suficiente para nutrir de piezas audiovisuales de manera faseada y sin quemar al espectador.



Lowi

LOWI: Génesis, pérdida y retorno de una marca con sello Rushmore.

En 2014 nace LOWI, una marca de telefonía virtual vinculada a Vodafone y basada en la simplicidad y en la frescura de su comunicación. La agencia creativa Sra Rushmore ancla la marca a dos pilares básicos que le aportarán reconocimiento en el tejido social y distinción en un sector saturado por impactos visuales. Por un lado gestionamos la posibilidad de trabajar con el ilustrador Juanjo Sáez, cuyas obras tienen un tono muy marcado y reconocible; y por otro lado el uso de la música de Richard Berry "Louie Louie" para todas las campañas.

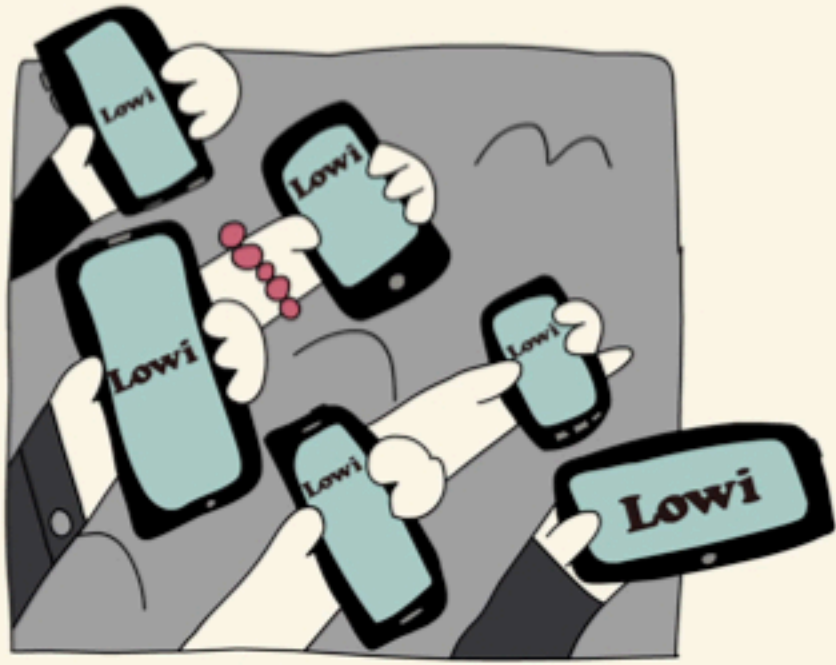


ODA A LA SIMPLICIDAD.



Las campañas se basan en animaciones muy *simples* con una media de tiempo de **10 días naturales** entre el briefing a la productora e ilustrador y la entrega de copias; de esta manera se reacciona rápida y eficientemente a los mensajes de la competencia. Se genera un flujo de trabajo fluido con el que se minimizan los cuellos de botella. El resultado final son piezas donde el humor y la simplicidad trabajan a favor de lo memorable.





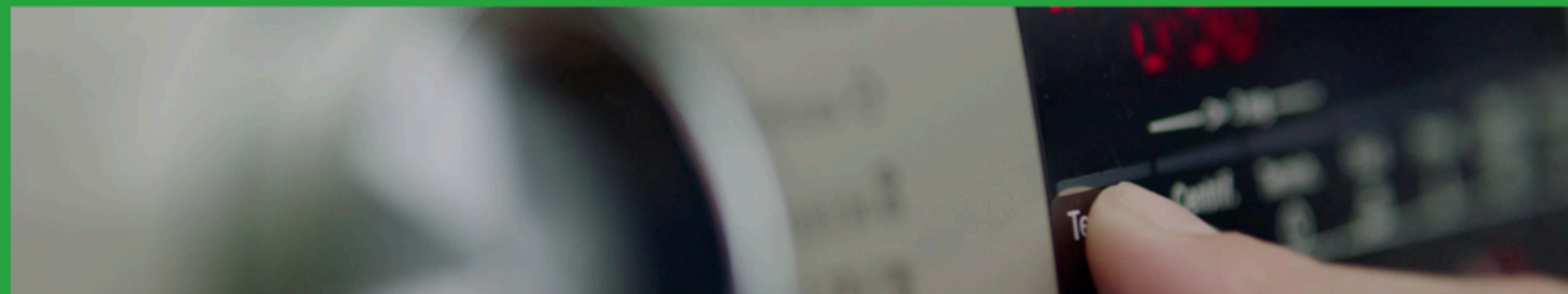
La eficacia en la comunicación y en los procesos de trabajo hacen que la marca vuelva a la agencia Rushmore después de un hiato de 2 años. Se sigue apostando por un grupo sólido, consolidado y bien engrasado, especialmente en producción.

A día de hoy, aunque Lowi haya pasado por muchas fases y reposicionamiento todavía continúa en Sra Rushmore.



Gracias a la labor de producción, concedores del histórico de la marca, todos los nuevos proveedores se han sabido adaptar perfectamente a una metodología de trabajo muy particular.

Vuelta
a lo
Simple





AYUDANDO A UNA MARCA EN TRANSFORMACIÓN.



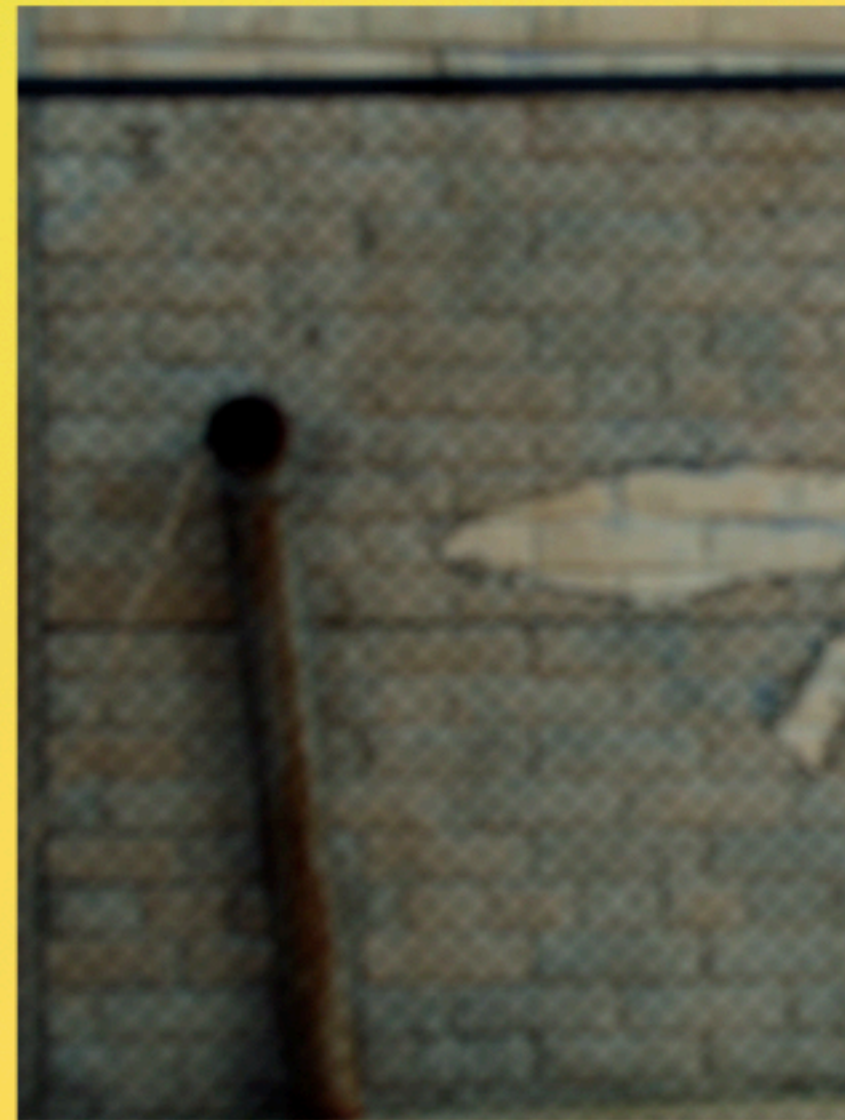
Acompañamos al cliente en el proceso de transformación creativa en el que se encuentra y le aportamos un punto destacado y notable de calidad de producción.

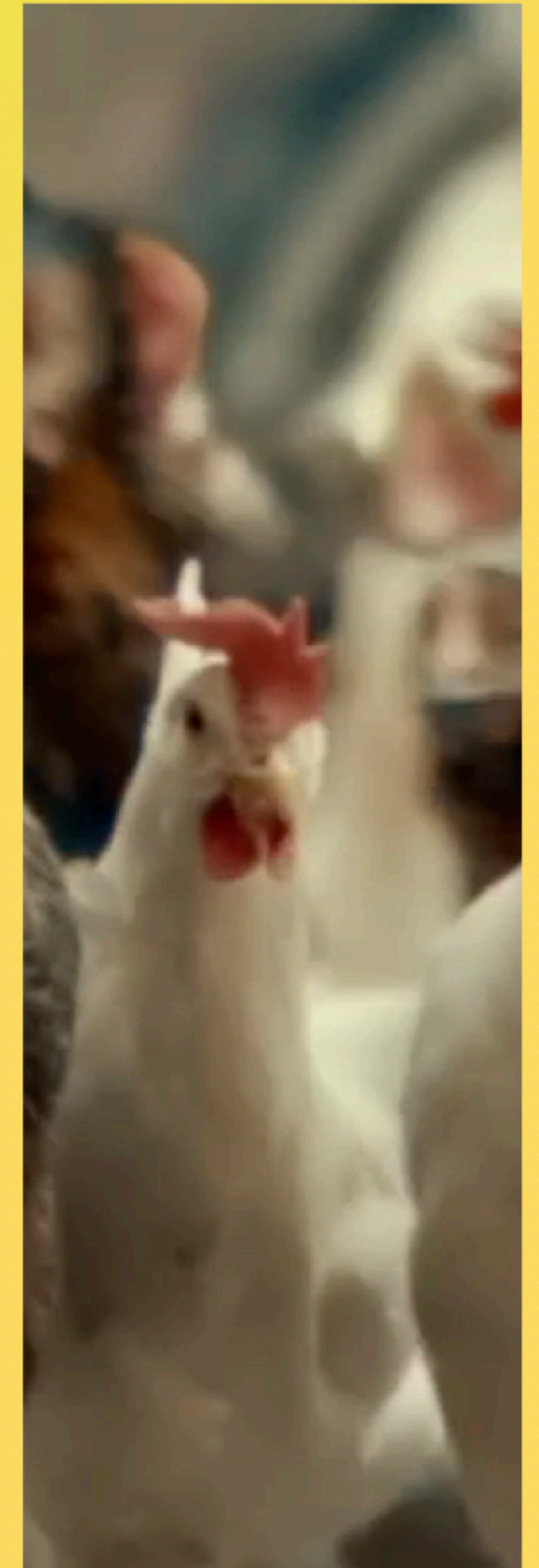
Iberdrola ha pasado de unas ejecuciones de viñetas, down-to-earth, a ser un referente en la creatividad y en la comunicación sostenible en los últimos dos años.





LADRÓN DE MANZANAS





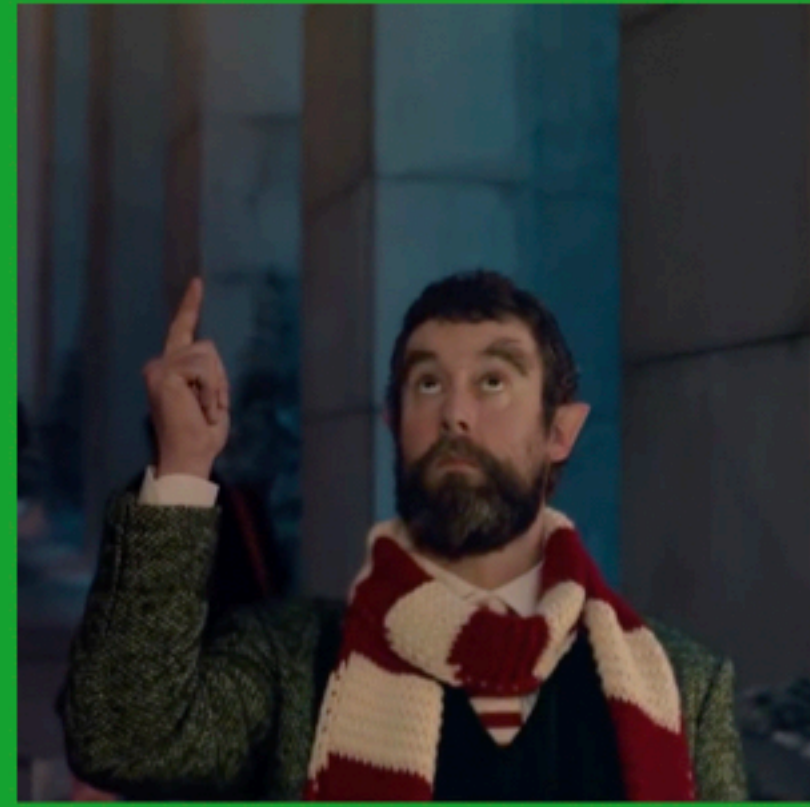
Estuvimos involucrados en el lanzamiento de la marca en España con una creatividad **“imposible”** de rodar.

Trabajamos con **500 gallinas** en el backlot de Nu Boyana en Bulgaria. Pero para llegar hasta esta fase tuvimos que analizar primero si era posible rodar la campaña con estos semovientes; no solo porque **“aprendieran”** las acciones que necesitábamos sino por las leyes de maltrato animal y el posible impacto en localizaciones naturales. ¡Todo un aprendizaje!

Los compañeros de **Lee** nos ayudaron en esta **“locura”** genial y generamos contenido para ATL y BTL en tiempo y forma.

La campaña se entregó en los plazos marcados y fue un impacto memorable a nivel de la calle. Una muestra más de caso de éxito; también aprendimos qué tiempo se tarda **“volver a primera”**; fundamental para ser eficaz en producción.

Heaven Music nos ayudó a gestionar y coordinar los derechos de una música original que no fue nada fácil. (Qué importante es tener siempre grandes y buenos aliados).



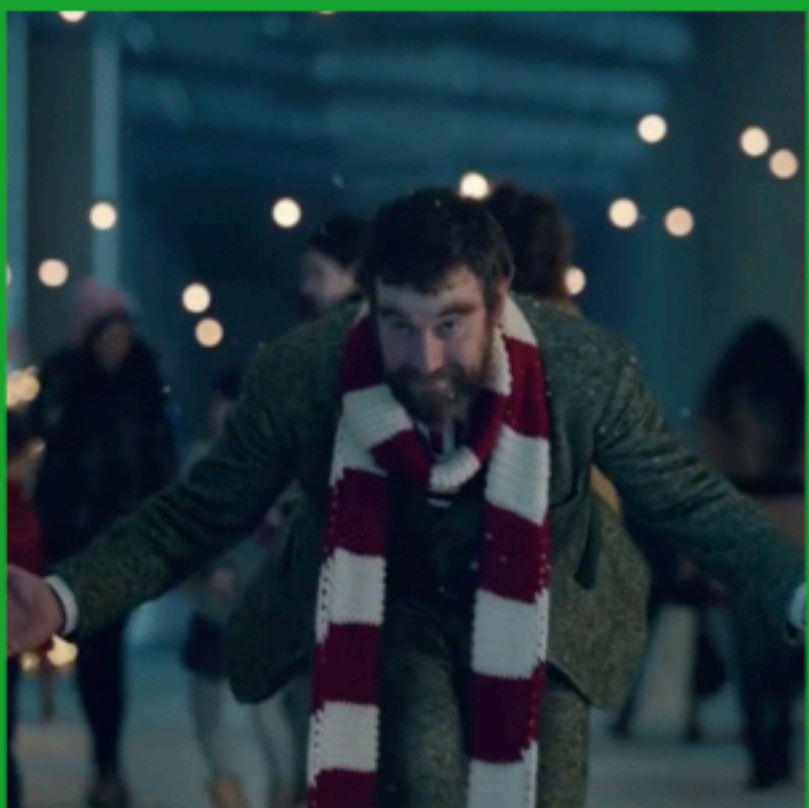
Hemos trabajado y colaborado con departamentos de producción de clientes y con controllers internos o externos. También sabemos gestionar la comunicación y los tiempos con los departamentos de procurement. **VODAFONE, EL CORTE INGLÉS, HEINEKEN** (ya sean producciones nacionales e internacionales), **BALAY, ING...**son una pequeña muestra de la experiencia que tenemos con ellos.



El Corte Inglés

es un caso especial y paradigmático para este proyecto empresarial.

Ellos cuentan con un servicio de producción *in house* y conviven de manera natural y orgánica con los productores nativos de las agencias. Nosotros hemos trabajado numerosas veces con ellos y sabemos cómo se ha de gestionar la información, la comunicación y la relación para que los procesos impacten de manera ordenada y conseguir que el mensaje sea un éxito. Una muestra de ello es la producción de la Navidad de 2018 “**Creo que mi padres es un elfo**”. Claro ejemplo de una creatividad que trascendió la parte publicitaria y se instaló en el tejido social. La canción de “**Mi padre es un elfo**” todavía es un éxito y genera sonrisas.



Hidrógeno (9,5 %)

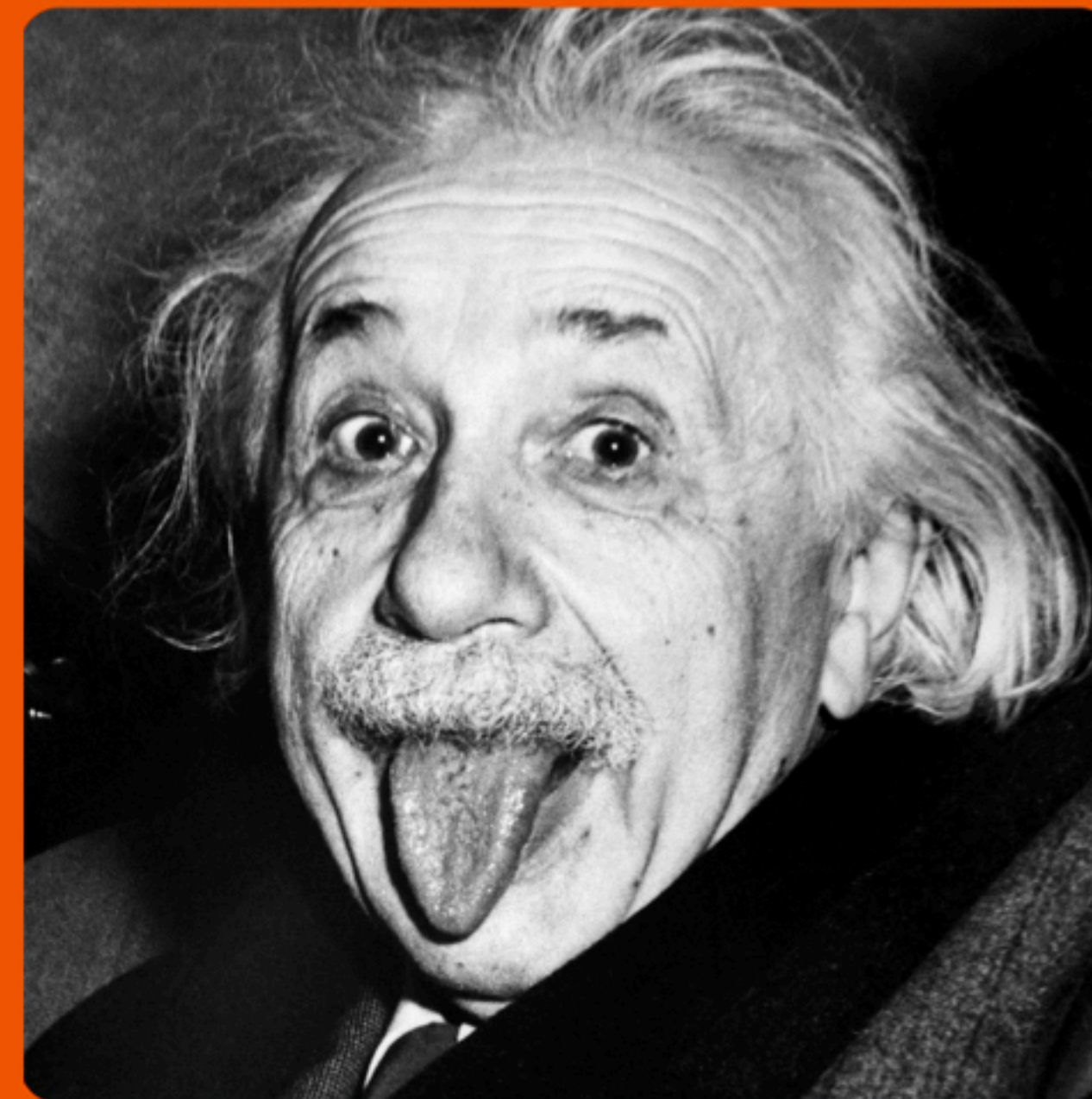


La libertad

nos hace inexplicables

Anunciante valiente con una estrategia de comunicación variada y capaz de producir campañas muy heterogéneas y disruptivas.

Hemos producido piezas de amplio espectro: testimoniales con prescriptores famosos y material de archivo privado; producciones muy poco publicitarias; rodajes internacionales y campañas de storytelling...



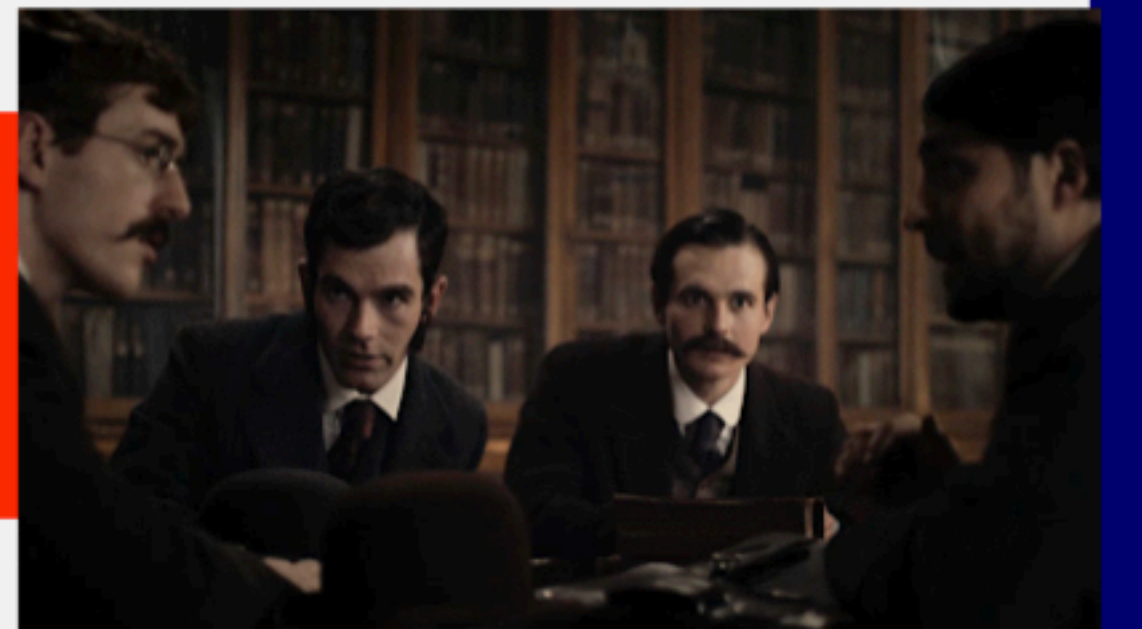
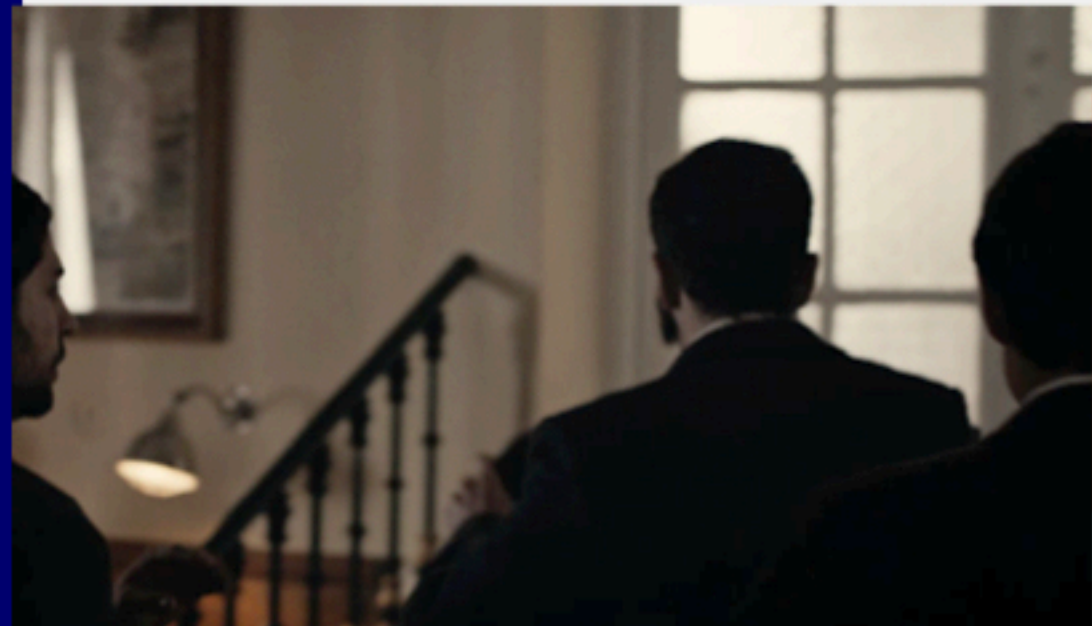
ING 



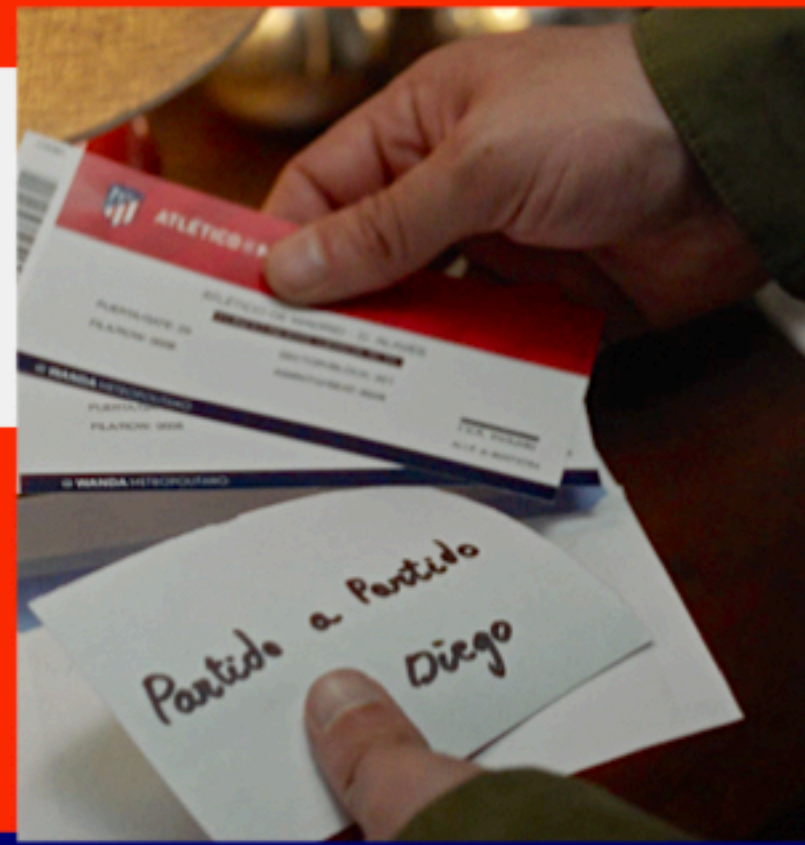
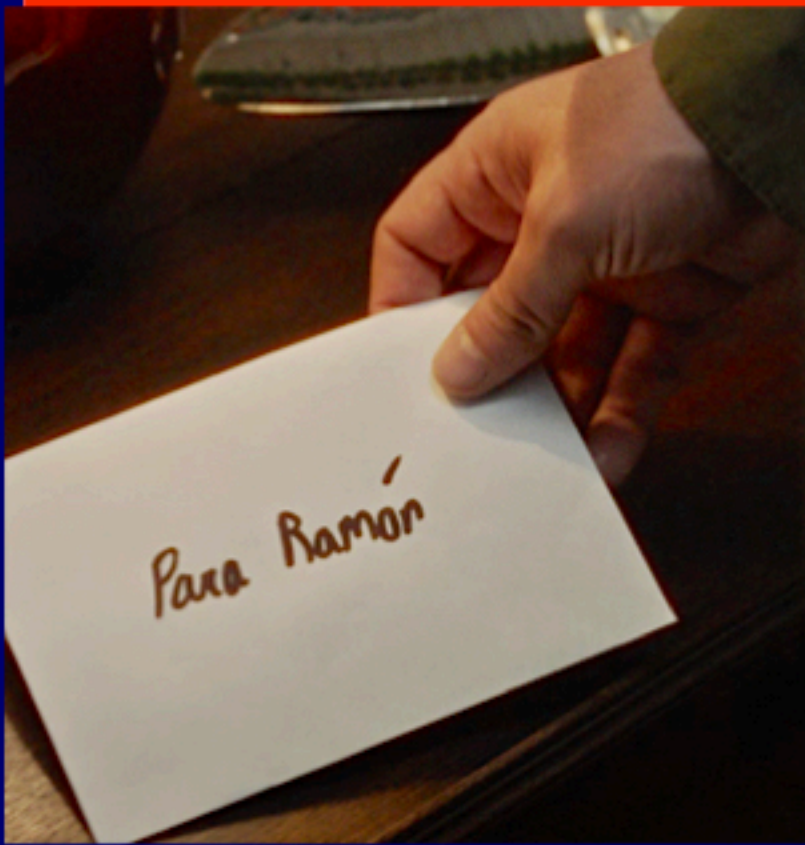
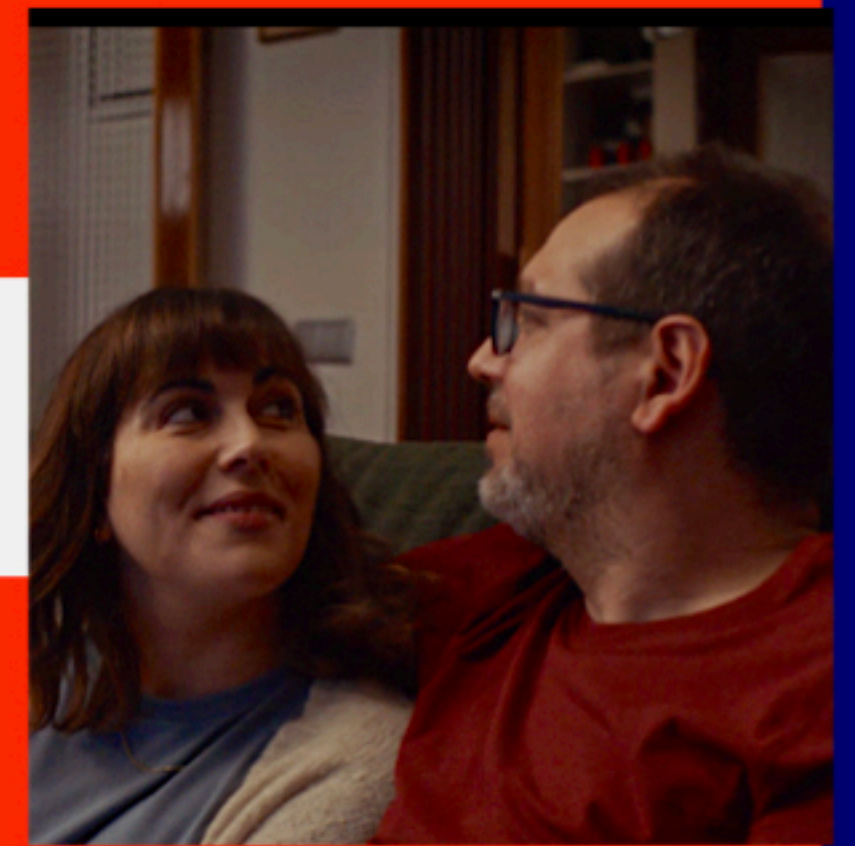
CARAMELOS DE PRODUCCIÓN I



ATLÉTICO DE MADRID







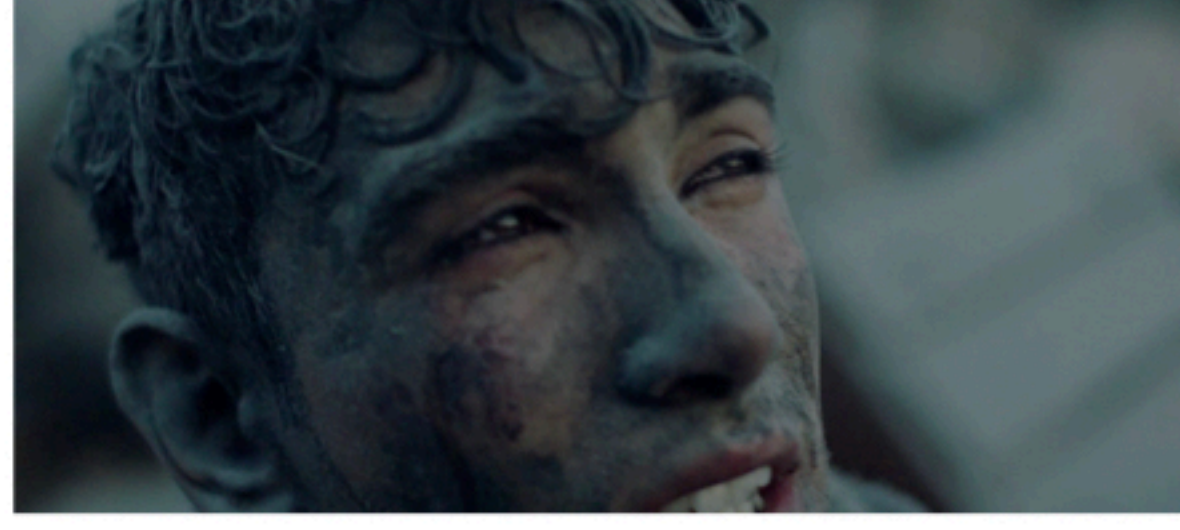
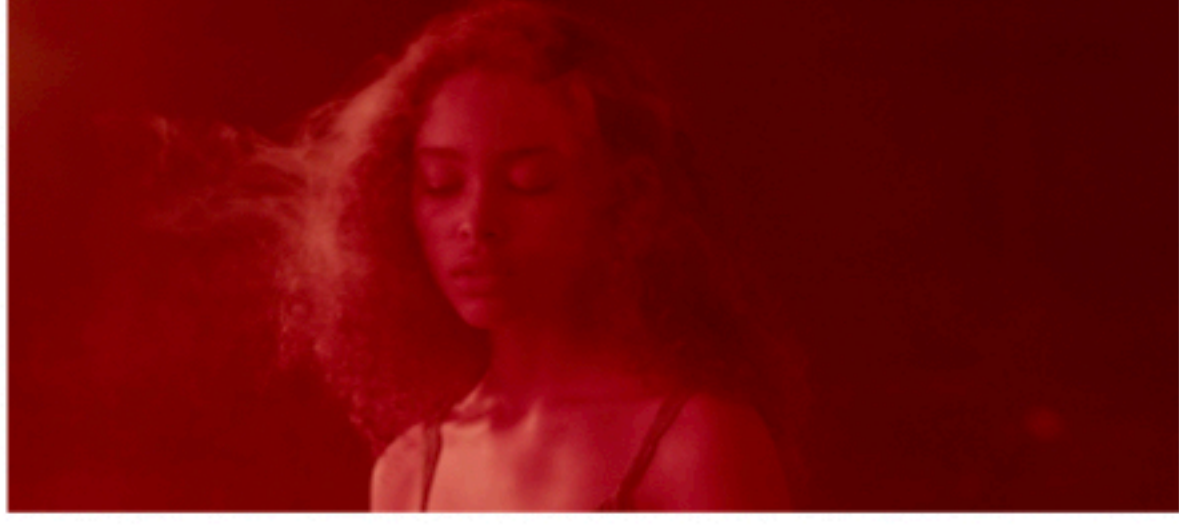
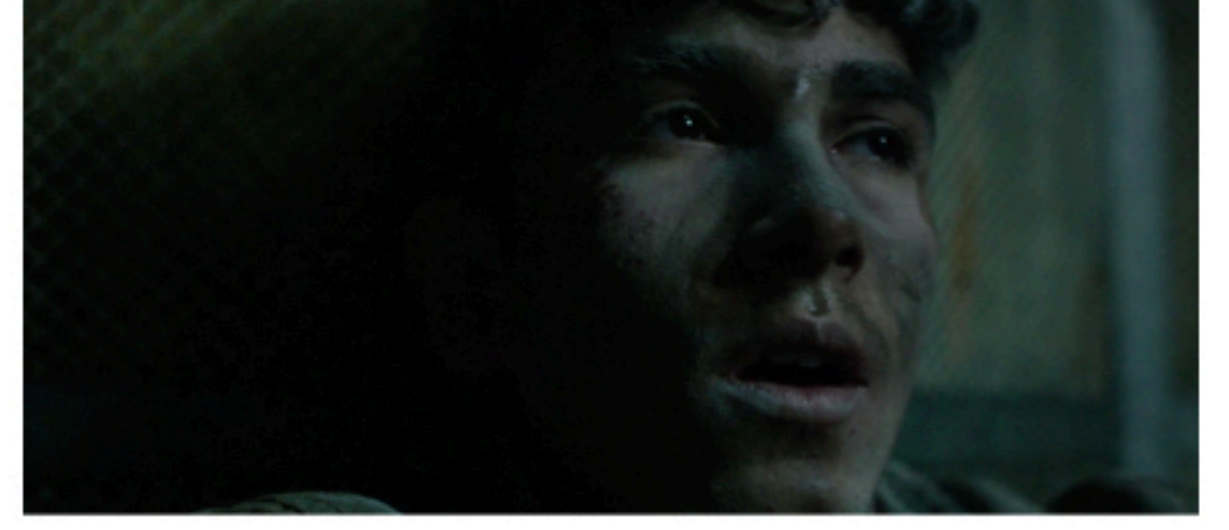
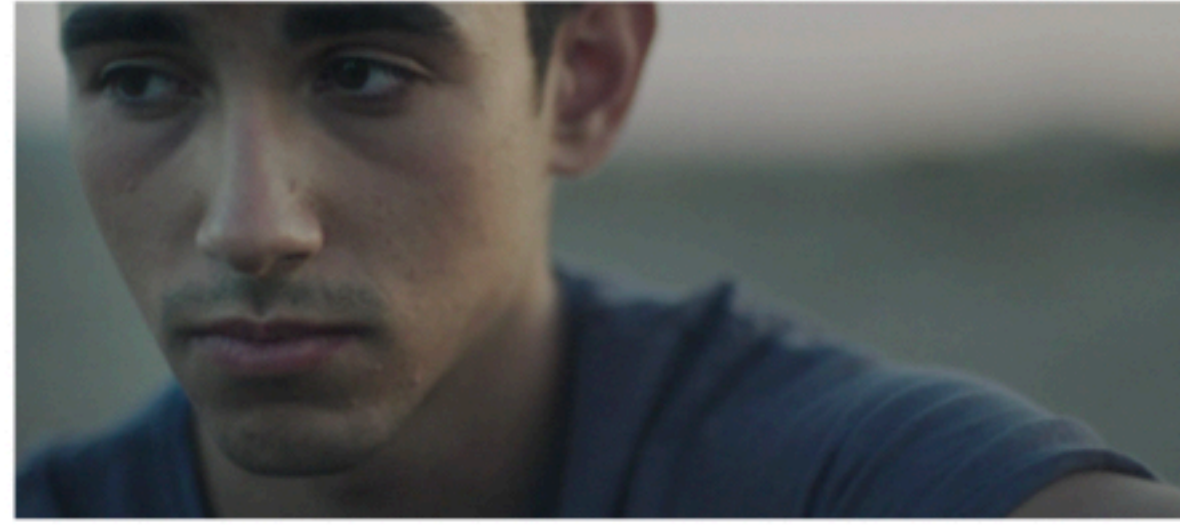
A todos los padres



CARAMELOS DE PRODUCCIÓN II



ICRC




ICRC

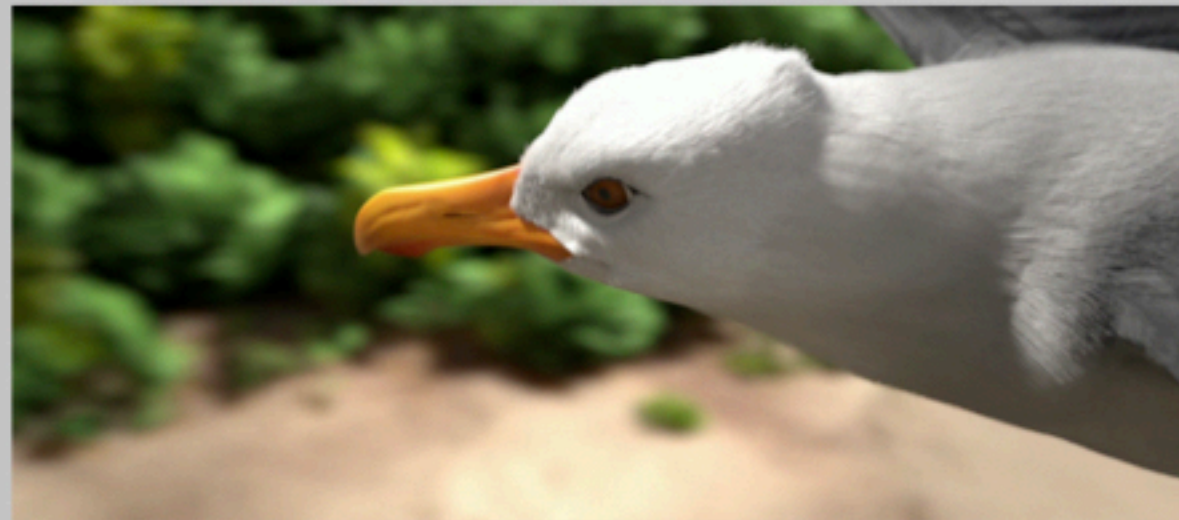
Even wars have rules.

CARAMELOS DE PRODUCCIÓN III



FUNDACIÓN
REINA SOFÍA

fundacionreinasofia.es



LOS PLÁSTICOS EN LA NATURALEZA
NUNCA
TIENEN UN BUEN FINAL



FUNDACIÓN
REINA SOFÍA

fundacionreinasofia.es

RIG

