



BeRepublic desarrolla una campaña de narrowcasting y de Bluetooth en la feria de hostelería más importante de Estados Unidos

BeRepublic ha diseñado e implementado una campaña de narrowcasting y de Bluetooth para RollDrap durante su participación en la National Restaurant Association Show, que se celebró en Chicago del 19 al 22 de mayo de 2007. La NRA Show es la feria más importante del sector de la restauración y hostelería de EEUU y este año ha registrado más de 75.000 visitantes.

Barcelona, 27 de junio de 2006.- BeRepublic ha desarrollado una serie de acciones de marketing móvil para la presentación de los productos de Roll Drap en la National Restaurant Association Show. Por un lado, una serie de vídeos mostraban en pantallas de plasma los productos de Roll Drap y sus novedades, con un enfoque al mercado norteamericano, en una acción de marca y de difusión selectiva de información a los visitantes. Por otro, en distintos puntos de la feria BeRepublic colocó antenas que enviaban contenidos sobre los productos de Roll Drap a todos aquellos que tuvieran activada su conexión Bluetooth.

La presencia de Roll Drap en la feria tuvo como motivo fundamental la búsqueda de posibles distribuidores y socios para el mercado norteamericano. Desde Roll Drap valoran muy positivamente la respuesta de los visitantes de la feria ante las dos acciones de móvil marketing y concluyen que “las repetirán en otras ferias”.

Sobre Roll Drap

Roll Drap es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de paños y complementos de cocina. El mayor éxito de Roll Drap ha sido la creación de un paño 100% de algodón, sin costuras y en rollos precortados, que ofrece una mayor calidad, más respeto por el medio ambiente, más garantías sanitarias y una presentación más funcional, tanto para el hogar como para la hostelería.

Sobre BeRepublic

BeRepublic es una agencia de publicidad en nuevos medios: Mobile Marketing, comunicación Online y creación de canales de TV Corporativos e InStore. El servicio es integral aunando todos los elementos del ciclo: estrategia, creatividad, tecnología, gestión y distribución. Fundada a principios de 2006 por dos jóvenes profesionales provenientes del mundo de la publicidad y de las operadoras de telecomunicaciones, cuenta con oficinas en España e Italia, y desarrolla acciones en el Reino Unido. De capital completamente independiente, cuenta con un equipo de más de 14 personas e infraestructura propia.