

*Querido Tribunal.*

*Campaña de comunicación*  
**Porcelanosa**  
2023-2024



*¿Qué significa hogar?*

# Hogar:

Del b. lat. Hisp. focaris, y este del lat. Focus ‘hoguera’, ‘hogar’

1. (*m*) Casa o domicilio

Entonces nos pusimos a  
*investigar..*

# Fuentes secundarias

- Mercado francés e inglés
- Intereses y motivaciones del público
- Competencia
- Análisis interno







# Fuentes primarias

*Entrevistas:*

---

- *Profesionales tienda UK*

---

- *Nativos británicos y franceses*

---

Conexión emocional

Baja notoriedad

Tradicional y poco moderna

La marca no es criterio de decisión

# Conclusiones

No aspiracional

“Sólo venden azulejos”

Reforma no en momento vital

El público busca vivir experiencias



# Estrategia



*No se trata sólo de reformar tu casa*  
sino de crear un espacio en el que vivir  
momentos inolvidables

---

# Porcelanosa

*Designing unforgettable moments since 1973*

Innovación, calidad

especial, durabilidad

vivencias, recuerdos

experiencia

Como no nos conocen, debemos crear un posicionamiento de marca claro. Queremos que el público recuerde quiénes somos y qué hacemos.

# Objetivos *de comunicación:*

## *Conocimiento*

Incrementar nivel de notoriedad.  
Porcelanosa es mucho más que sólo *tiles*.

## *Actitud:*

Conectar emocionalmente creando un significado.  
Que deseen y aspiren a poseer la marca.

## *Comportamiento:*

Incrementar nivel de consideración.  
Que la marca Porcelanosa sea un criterio decisivo.

Target:  
*Quality  
seekers*



Tono:  
Inspirador  
Optimista  
Aspiracional

*y surgió el*  
**Insight:**



*y surgió el*  
**Insight:**

Tu hogar  
es testigo  
de tus vivencias



Big  
idea!



Big  
idea!



*El hogar te  
escribe una*

*carta de amor*



# Reason why



## *Globalidad.*

Las cartas de amor se encuentran en el imaginario colectivo mundial

## *Valor.*

Requieren tiempo, cariño y dedicación. Son especiales y duran en el recuerdo

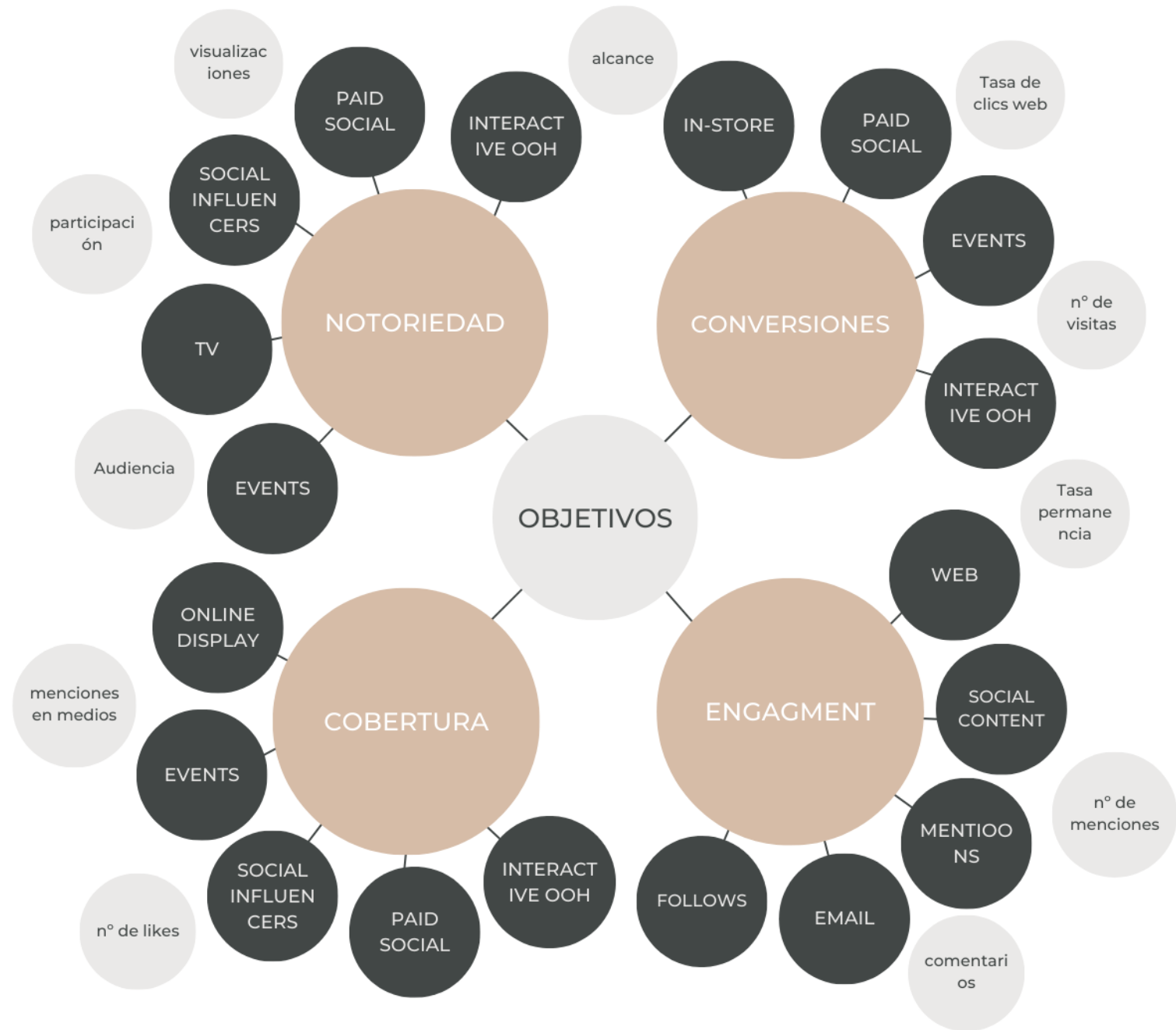
## *Sofisticación:*

Las cartas de amor son elegantes y sofisticadas

## *Transmedia:*

Permite la interacción del público y su adaptación a muchos medios, canales y formatos...

# Objetivos, medios y KPI's



*Pasemos*  
*a la*  
**Acción**

---





	Sep - Nov 2023	Dic- Feb 2024	Mar - May 2024
I. Love letter	<div> <div></div> <div>Nombre de la acción</div> <div>Periodo del tiempo que ocupa</div> </div>		
Acciones			

# Spots

TV, Cine, RRSS

1. Amor hacia tu pareja
2. Amor a tu familia
3. Amor a tu pasión
4. Amor propio



*PS: Keep filling me with love*

Maqueta I

<https://www.youtube.com/watch?v=3Ah44yW-dAE>



*I fondly remember all your blunders*

Maqueta II

<https://www.youtube.com/watch?v=tnM8bMcfqLo>

Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

Mar - May 2024

II. With love,

# Gráficas

OHH, Paid ads (Instagram, Pinterest, Facebook)



*I love that  
you're finally  
your priority*

*with love,  
Your Bathroom*

**PORCELANOSA**

Designing Unforgettable Moments  
Since 1973



*Tu es  
le meilleur  
chef*

*bissous,  
Ta cuisine*

**PORCELANOSA**

Designing Unforgettable Moments  
Since 1973



*I love  
sharing every  
morning with you*

*with love,  
Your Kitchen*

**PORCELANOSA**

Designing Unforgettable Moments  
Since 1973

Acciones



Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

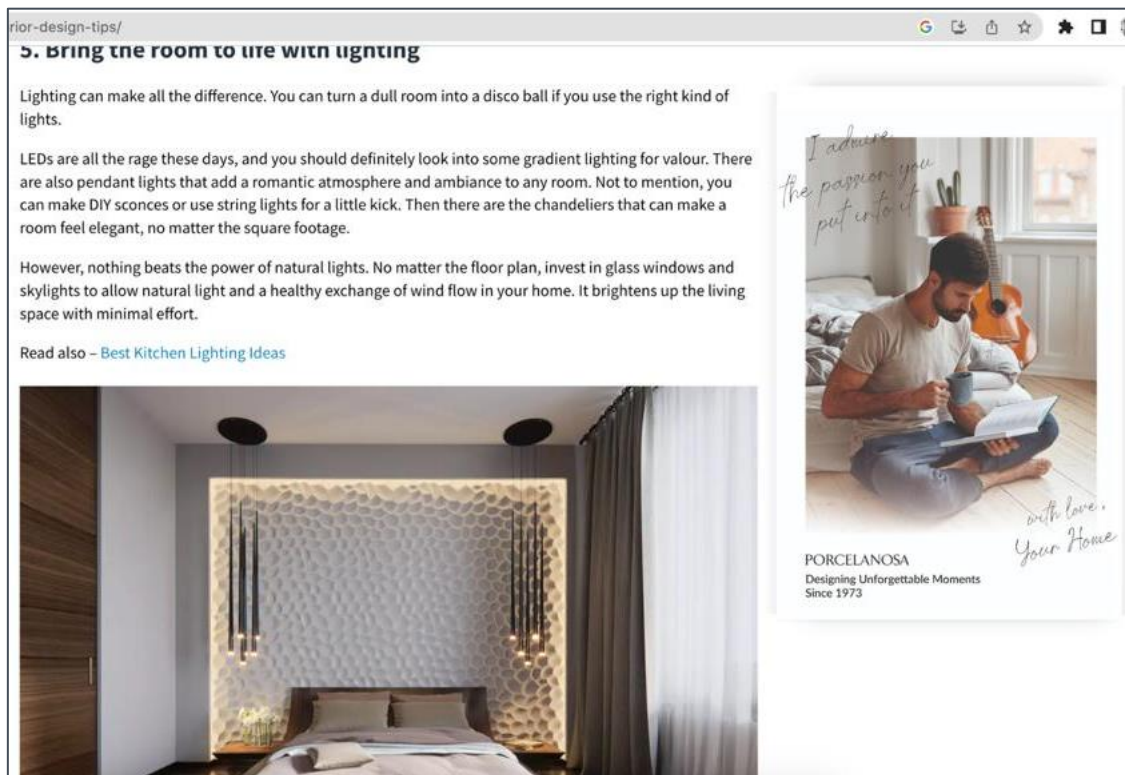
Mar - May 2024

# Gráficas



# Digital & RRSS

Contenido pagado + propio



Recomendación:  
cuentas de Instagram  
diferenciadas por países



Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

Mar - May 2024

II. With love,

# Mupi interactivo y 3D Piccadilly



Acciones



Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

Mar - May 2024

# Street Marketing



París y Londres



Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

Mar - May 2024

W. Home sweet home

# Evento



Showrooms

9 diciembre



Cake Creations Perth

Acciones



@cedricgolet

+ 6 influencers

por país y sus familias



Sep - Nov 2023

Dic - Feb 2024

Mar - May 2024

# Patrocinio Televisión



Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

Mar - May 2024

# Villa Porcelanosa

Mediterráneo y “Made in Spain”

Contenido de valor



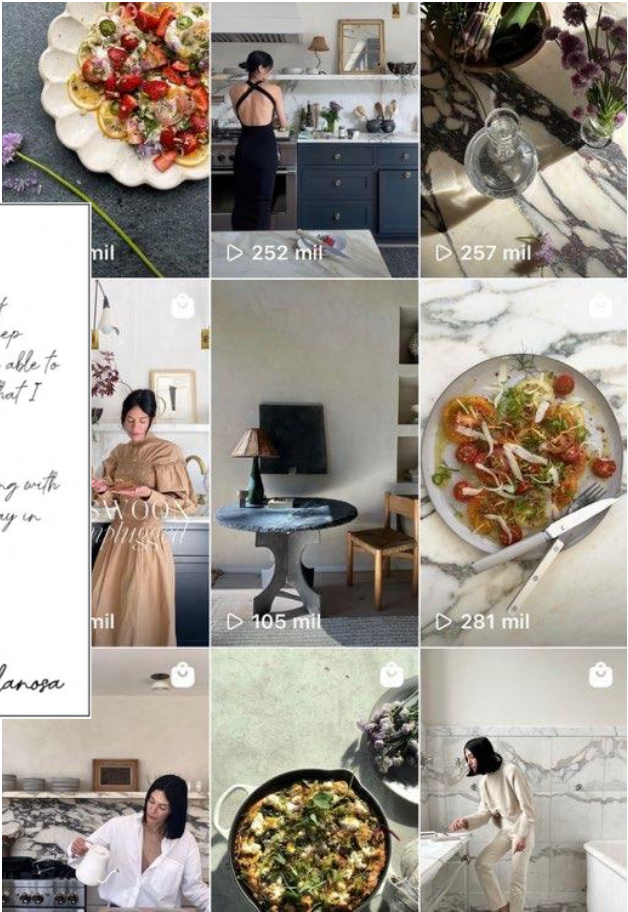
Dear Eye Swoon,

I am looking forward to many moments of laughter, dancing, fun activities and deep conversations with you. At last I will be able to try those recipes that you prepare and that I have heard are finger-licking good.

Would you like to visit me? I'll be waiting with an open heart for you on the 24th of May in Alicante, Spain.

PS fill me with lots of love and unforgettable moments

Ulla Porcelanosa



6 influencers

Eye Swoon (@eyeswoon)



Sep - Nov 2023

Dic- Feb 2024

Mar - May 2024

VII. Our love story starts here

# Valor añadido



Acciones

# Presupuesto

*Total en Francia*

1.353.480€

*Total en UK*

1.503.100€

*Total de la campaña*

**2.874.580€**

---

---



*PD. con esta campaña conseguimos...*



## ..Conseguimos

- Continuidad del mensaje
- Notoriedad de marca en ambos países
- Conocimiento de baños y cocinas
- Presencia durante todo el año
- Humanización de la marca
- Marca aspiracional e inspiracional
- No inalcanzable
- Innovación en comunicación

Muchas gracias

Con amor,  
Marta, Julia, Espe y Laura

