

building
brands'
future

oppera

IDEAS QUE GENERAN NEGOCIO



Somos creadores de ideas que generan negocio.

- Nos definimos como una **Agencia Creativa de Publicidad**.
- Nuestro objetivo es **construir y desarrollar marcas poderosas**.
- Observamos, exploramos y descubrimos **oportunidades estratégicas**.
- **Comunicamos globalmente y de forma memorable**, captando la atención y conectando con los diferentes públicos.
- Somos un aliado estratégico en comunicación y publicidad que **genera valor a las marcas**.

Sumamos talento y experiencia.



Nuestra filosofía
de trabajo

**TRANSMITE
VALORES**

— **VISIÓN ESTRATÉGICA:** Observamos, exploramos y descubrimos oportunidades.

— **CREATIVIDAD:** Somos creativos en todo lo que hacemos. De principio a fin.

— **EXPERIENCIA:** Atesoramos una experiencia larga, rica y multisectorial.

— **COMPROMISO:** Diseñamos estrategias de marca desarrolladas a través de la comunicación.

— **TALENTO:** Alineamos nuestro conocimiento y experiencias con el talento.

— **PERSONALIDAD:** No pertenecemos a ninguna multinacional. Somos lo que nos gusta ser.



Nuestro compromiso

- Diseñar estrategias innovadoras para las marcas.
- Aportar ideas que conceptualizamos creativamente.
- Crear conceptos de comunicación, sin competencia.
- Proyectar la creatividad en campañas publicitarias.
- Desarrollar campañas, abriendo mercados a nuevos públicos.
- Generar nuevas oportunidades de negocio a las marcas.
- Construir el futuro de las marcas, aportándolas valor.

Una marca que invita a comprar, en lugar de simplemente gustar.



NUESTRAS CAPACIDADES

COMUNICACIÓN/**CREATIVIDAD**
CAMPAÑAS OFF-ON/**PUBLICIDAD**
MEDIOS/**ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN**
EVENTOS/**IMAGEN DE MARCA**
MARKETING/**BRANDED CONTENT**
DIGITAL/**INBOUND MARKETING**



Crear >

Desplegamos toda nuestra creatividad al servicio del posicionamiento definido. Creamos un gran mensaje, memorable, que capta la atención y conecta. Buscamos crear experiencias.



Comunicar >

Desarrollamos la estrategia de medios en su conjunto y también en todos y cada uno de ellos. Alineamos la estrategia y planificamos el mix de inversión en medios, buscando la mayor optimización.



Transmitir >

Cuando diferentes marcas comunican lo mismo, encontramos un concepto creativo que transmite una diferencia emocional que capta la atención del consumidor hacia nuestra marca.



NUESTRA EXPERIENCIA



- Creación del naming.
- Diseño de la logomarca.
- Campaña gráfica internacional.
- Web corporativa.

Desafíos

Conseguir posicionar a Alnova en el sector financiero internacional como líder en "business integration" y "digital transformation".

Solución

Usar a los socios internacionales de Accenture como embajadores de Alnova. Crear campañas que informaran que la transformación tecnológica no es magia de "gurús" sino una necesidad competitiva.

Impacto

El resultado a corto plazo fue: las soluciones de Alnova se implementaron en más de 100 entidades financieras y fue usada en 5 de los 50 mayores bancos del mundo.



- Evento dirigido a distribuidores europeos.

Desafíos

Atraer a los distribuidores de videojuegos europeos para informarles de las últimas novedades que Bandai Namco lanzaba al mercado.

Solución

Crear tres espacios:

Espacio informativo: Presentar a los distribuidores europeos las novedades que Bandai Namco lanzaba al mercado.

Espacio de juegos: Poner a disposición de los distribuidores una zona demo para que probaran los juegos creando un ambiente que emulara el entorno de los mismos.

Espacio de entretenimiento: Crear con personajes reales pasajes de los juegos donde los invitados podían interactuar.

Impacto

Reconocimiento de Bandai Namco Europa como el mejor evento realizado hasta la fecha, satisfacción de los distribuidores e incremento de pedidos en un 19,8%.



- Campaña televisión nueva línea Vamos a Maxx.

Desafíos

El objetivo se centró en ser vistos como un banco para todos y no como una caja rural en un momento difícil para las cajas.

Solución

Reposicionar a El Monte como tu banco. Actual, fiable y cercano.

Impacto

Incremento de 8 puntos en notoriedad de marca y un 17% de nuevos clientes en depósitos.



- Diseño de la logomarca.
- Desarrollo del Manual de Identidad Gráfica.
- Campaña internacional.

Desafíos

Ser conocidos y reconocidos como una firma de prestigio.

Solución

Diseñar una estrategia de comunicación que mostrara sus valores: experiencia, seriedad, innovación, resultados, excelencia profesional, etc.

Impacto

Firma reconocida tanto a nivel nacional como internacional.



- Dirección en la creación de la nueva logomarca.
- Campaña televisión reposicionamiento de marca.

Desafíos

Reposicionar Santalucía: dejar de ser el especialista en decesos para convertirse en una compañía de seguros generales.

Solución

Esta nueva estrategia transmitía todos los valores que la aseguradora quería comunicar. Bajo el slogan "Un Mundo de Protección", se cambió la percepción de la compañía convirtiéndola en **un mundo de soluciones**.

Impacto

La campaña se implemento con enorme éxito. Generó un reposicionamiento radical de la percepción de los clientes y tuvo varias versiones posteriores que asentaron la nueva imagen de la Compañía.

Se consiguió un incremento de 6 puntos en la notoriedad de marca.



- Campaña gráfica nacional e internacional lanzamiento Santana 300.

Desafíos

- Recuperar la inversión realizada en el restyling del antiguo Suzuki-Santana.
- Objetivo base: vender 3.000 unidades.

Solución

Posicionar al nuevo Santana 300 como el auténtico sólo 4X4 y dirigirlo a auténticos amantes de la aventura.

Impacto

Aumento del objetivo base de ventas en un 49,5% de unidades vendidas, lo que se tradujo en más de 4.400 Santana 300 en el mercado y la estabilidad económica de la empresa.



- Campañas televisión reposicionamiento de marca.

Desafíos

- Nos plantearon dos objetivos claros y estratégicos para la Compañía:
- Convertir a Securitas Direct en líder del mercado de alarmas.
 - Diferenciarlo de Securitas Seguridad.

Solución

Concienciar al público de la importancia de tener su casa o negocio protegido. **No más miedo.**

Impacto

Incremento de más del 300% de llamadas al call center, lo que les llevó a aumentar considerablemente sus ventas y, como consecuencia, a liderar el mercado de alarmas por delante de Prosegur. Clara y nítida diferenciación con la empresa sueca de seguridad y transporte de caudales: Securitas.



- Campaña en internet TV y YouTube.

Desafíos

Generar nuevos clientes que no necesiten tratamientos complejos y, sobre todo, público joven y exclusivo.

Solución

Proyectar una imagen fresca y atrevida de la ortodoncia transparente. Acabar con la antigua percepción de los "brackets".

Impacto

Más de 2.500 descargas de la APP en dos semanas de campaña en Internet TV y en YouTube.



- Campaña televisión y exterior reposicionamiento de marca.

Desafíos

Se plantearon varios retos que eran estratégicos para la continuidad de SuperSol:

- Recuperar la buena imagen perdida.
- Conseguir compra de arrastre.
- Informar de la bajada de precios.
- Aumentar el ticket medio de caja.

Solución

Reposicionar la marca como supermercado de proximidad especializado en frescos. Con más referencias y precios más bajos.

Impacto

Incremento de un 18% de media en el ticket de compra en la primera semana. Vender otras referencias y recuperar gran parte de la imagen perdida ofreciendo más referencias, mejor servicio y productos frescos.



Premios Smile Festival

- Mejor campaña.
- Mejor uso de la creatividad en Spot de Cine, TV y Web.



- Campaña televisión corporativa.
- Acciones promocionales.

Desafíos

Se establecieron dos objetivos:

- Dar a conocer a Unión de Dentista, bajo la marca Unidental, en el mercado.
- Informar de las nuevas técnicas en implantología digital y en ortodoncia transparente.

Solución

Crear notoriedad de marca para conseguir los objetivos marcados:

- Nuevos franquiciados.
- Generar tráfico hacia las clínicas.
- Usar la tecnología como un valor diferenciador con la competencia.
- Mostrar a los profesionales como garantía.

Impacto

Los resultados obtenidos fueron:

- 2º puesto en notoriedad de marca.
- 32 nuevos franquiciados.
- Incremento de más de un 250% de llamadas al contact center para solicitar cita previa.

Campañas de publicidad que han dejado huella social, engrandeciendo a las marcas

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (FROM)

"PEZQUEÑINES NO GRACIAS, debes dejarlos crecer"

Campaña pionera en España en inculcar a la población el respeto por el medio ambiente.

TURESPAÑA. Turismo de España

"SPAIN. EVERYTHING UNDER THE SUN"

Campaña internacional que contribuyó al crecimiento del turismo en España durante los últimos 30 años.

REPSOL

"LA FUERZA DEL PETROLEO"

Una de las 100 mayores compañías industriales del mundo sale a Bolsa, convirtiendo en accionistas a millones de personas.

MINISTERIO DEL INTERIOR

"A TOPE SIN DROGAS"

Campaña que potencia el Plan Nacional sobre Drogas y que ayuda a frenar el incremento del consumo de drogas entre la población joven.

COMUNIDAD DE MADRID

"112. RESPUESTA INMEDIATA"

Eslogan de la campaña de lanzamiento del Servicio de Emergencias 112 que se implanta y unifica en todos los países miembros de la Comunidad Europea.

BBVA + ANTENA 3

"DESTRUCTORES DE PARO"

Campaña de Iniciativa Social, liderada por ambas entidades, para luchar contra el paro y generar empleo en la sociedad.

"Nuestras ideas
construyen el futuro
de las marcas."

oppera

Agencia Creativa de Publicidad

building
brands' future



Dirección:

Ayala, 14 - 28001 Madrid.
Spain



Email:

hablamos@oppera.es

www.oppera.es

¿HABLAMOS?