

Nueva campaña Visual

New Visual Campaign

EL TALLER DE ZENON - Sevilla - 01/03/2009

El departamento de publicidad de El Taller de Zenon (TZ) ha estado trabajando durante el último año en una campaña que hiciera llegar al ciudadano la importancia y necesidad de consumir poesía visual y/o arte postal.



Anuncio de la campaña en Sevilla.

Hacer llegar al consumidor la sensación de que puede así satisfacer una necesidad, la consideración de que el producto conlleva un conjunto de atributos con capacidad para proporcionarle ciertos beneficios, o lograr que cuando piense en las características de este producto le atribuya atributos sobresalientes, son algunos de los objetivos que se han marcado. *"Si además, existe la probabilidad de que el consumidor desarrolle una serie de creencias en cuanto vea nuestra marca, habremos conseguido gran parte de nuestros objetivos"*, nos explican desde el citado departamento publicitario de TZ.

La campaña durará varios meses, según indicó Miguel Jiménez, presidente fundador de El Taller de Zenón (TZ), quien ayer cerró el acuerdo. *"Habíamos pensado una promoción de 15 días en 15 paradas de autobús, pero salía rentable mantenerla seis meses en 150 paradas por un 15% más"*, explicó. Costará casi 5.000 euros y ha empezado el 1 de febrero.



Anuncio de la campaña en Avila

Por otra parte, aprovechar los recursos que brinda la misma publicidad para hacer publicidad ha sido una de las prioridades de esta campaña, y para ello se ha buscado la colaboración espontánea de una importante firma a la que, desde aquí TZ agradece su compromiso con la poesía de calle.



Anuncio de la campaña en Sevilla

New Visual Campaign

EL TALLER DE ZENON - Sevilla - 01/03/2009

The advertising department of El Taller de Zenón (TZ) has been working over the last year in a campaign that would make the public aware of the importance and necessity of using visual poetry and / or postal art.

Making the consumer aware of the feeling that he/she can satisfy a need, considering that the product carries a set of attributes with the ability to provide certain benefits, or achieving that when they think about its characteristics the product is ascribed outstanding attributes, are some of the goals they have set. "If then there is any chance that the consumer develops a set of beliefs as soon as they see our brand, we will have achieved

most of our goals," he explained from the TZ advertising department.

The campaign will last several months, said Miguel Jimenez, founder president of El Taller de Zenon (TZ), who yesterday closed the agreement. "We had thought of a promotion of 15 days in 15 bus stops, but it was profitable to keep it for six months in 150 bus stops for an increase of 15%," he explained. It will cost almost 5,000 and has started February 1st.

On the other hand, using the resources that publicity itself provides for advertising has been a priority for this campaign, and for that purpose the spontaneous collaboration of a major firm has been searched for, whose commitment to street poetry is acknowledged by TZ.

Traducción: Diana Ribas (diana.ribas.sevillano@gmail.com)