

Just Eat

## Just Eat – Servicio a domicilio 1 de enero



**CHELO DOMÍNGUEZ**  
DIRECTORA DE  
MARKETING DE  
JUST EAT



Desde Just Eat buscábamos incrementar la notoriedad de la marca y generar un aumento de pedidos el día 1 de enero, una de las fechas clave para la compañía en la demanda de comida a domicilio. Buscamos la forma de alcanzar la máxima cobertura de una forma impactante, generando recuerdo de marca en muy poco tiempo. Para ello se escogió la celebración de la llegada del Nuevo Año, un momento cultural y social único en el año.

**OBJETIVOS.** El objetivo principal era el de aumentar el número de pedidos de comida a domicilio en una fecha tan especial como es el primer día del año. Una vez planteada la acción (el momento interno en las campanadas), derivaron objetivos secundarios, como el de conseguir una integración maximizada de la marca en el momento buscado, uno de los más vistos de la televisión española en todo el año, y lograr la entrada del repartidor de Just Eat en directo, con el logo bien visible en su chaqueta y el posicionamiento de la bolsa Just Eat con el que la compañía realiza el reparto a domicilio de los pedidos.

**ACCIONES REALIZADAS.** Se realizó un spot integrado (momento interno) en la retransmisión en directo de las Campanadas de Nochevieja de Antena 3 TV desde la Puerta del Sol de Madrid. Se buscó asegurar el espacio del cliente en el momento más visto del programa, el previo a que la presentadora Cristina Pedroche descubra la forma en la que va vestida para la presentación de las campanadas de medianoche y la tradición de tomarse las uvas. Un instante que se ha convertido en un clásico de la televisión española en los últimos años, ya que son muchos los espectadores que ahí conectan con Antena 3 TV para conocer la controvertida vestimenta de la presentadora.

La clave se encontraba en asegurar el spot de Just Eat menos de dos minutos antes de la presentación del vestido, a las 11:56 pm, que a su vez es justo antes de que la mayoría de la audiencia cambie al canal no comercial, La 1 de TVE, para ver la cuenta atrás de medianoche.

A las 11:54 pm se integró en el programa de Antena 3 TV el spot que anunciaba un 20% de descuento, con un código promocional, para que los espectadores lo usasen al día siguiente si no querían cocinar y preferían descansar de la Nochevieja.

A las 11:56 pm, minutos antes de que Cristina Pedroche descubriese su vestido y se diese paso a las campanadas, el repartidor de Just Eat apareció en pantalla con la imagen de la compañía en su chaqueta y la bolsa de reparto habitual.

**RESULTADOS.** El 1 de enero, gracias a este impacto, Just Eat Spain alcanzó su volumen más alto en pedidos hasta entonces. Logró un +30% más de pedidos que el año anterior en la misma fecha. El anuncio de Just Eat aparece en el *hotspot* antes de que la gente cambie de canal para la medianoche. El alcance a las 11:54 pm fue de más de 6 millones de personas. Más del 114% de GRPS Core sobre el estimado de audiencia.

### FICHA TÉCNICA

**Anunciante:** Just Eat.  
**Marca:** Just Eat.  
**Producto:** Just Eat – Servicio a domicilio 1 de enero.  
**Agencia:** UM.  
**Equipo anunciante:** Chelo Domínguez, Iciar Luengo, Miryam Serrano y Sergio Gómez.  
**Equipo agencia:** Andrea Vicente, Juan Alonso, Álvaro Corrochano, Rocío Parra y Ana de Calatayud.