

Caprabo, Nestlé y Roca, premios del Club de Marketing de Barcelona

EP

BARCELONA. La 32 edición de los Premios Top Ten, que organiza el Club de Marketing de Barcelona, ha galardonado a Caprabo, Damm, Infojobs, Mahou-San Miguel, MRW, Nestlé, Roca Radiadores, Smart-Mercedes, Somontano y Tesco, como las empresas que mejor han aplicado las técnicas de marketing para alguno de sus productos.

Según el presidente del Club de Marketing, Juan Carlos Serra, en los Top Ten «se premia a las empresas más reconocidas desde el punto de vista del marketing que hayan desarrollado o innovado alguno de sus productos». Caprabo ganó por su fidelización al cliente; Damm por hacer la primera clara en lata; Infojobs por el lanzamiento de su propia marca y ser líder del sector; Mahou-San Miguel por hacer la cerveza San Miguel 0, 0; MRW por sus campañas de acción social; y Nestlé por el relanzamiento de la leche condensada de La Lechera.

También resultaron ganadoras Roca Radiadores, por el rediseño de las cabinas de saunas; Mercedes por su acercamiento a la población joven con el Smart; Somontano por la calidad y prestigio de sus vinos; y la británica Tesco por su estrategia de fidelización del cliente.

Por primera vez en esta edición se ha escogido a una empresa internacional (Tesco) ya que, según Serra, «debemos pensar en un nuevo marco más allá de España, el marco europeo». Otra de las innovaciones han sido la concesión de los premios a la mejor publicación de marketing estratégico, para «Competir al borde del Caos», de Editorial Granica; y al mejor proveedor de servicios de marketing, que ha recaído a Bassat Ogilvy & Matther.

El jurado que escogió a las diez empresas estuvo formado por profesionales de nivel dentro del mundo empresarial, la docencia y la comunicación.