



AVOACTION – VOL V, No. 1

ESFUERZOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL GRAN JUEGO 2009

Los consumidores devoran más aguacates durante las festividades del Día del Gran Juego que casi en cualquier otra época del año. El Consejo del Aguacate Hass (HAB) estimó que los aficionados consumirían 46.3 millones de libras durante las fiestas del día de juego este año. Para estimular la compra de aguacates de parte de los consumidores durante este período clave de ventas, el HAB puso en marcha un extenso programa de comercialización.

EL HAB SE ASOCIA CON LA LEYENDA DEL FÚTBOL SHANNON SHARPE

Antes del Día del Gran Juego han tenido lugar grandes esfuerzos para ampliar las relaciones públicas a nivel nacional. Para incrementar la cobertura de los medios de comunicación, el HAB ha hecho equipo con la estrella de la NFL Shannon Sharpe. Sharpe hizo el trabajo de vocero oficial para los aguacates Hass. Participó en entrevistas con medios de comunicación nacionales y regionales, dando importantes mensajes acerca del aguacate Hass y hablando acerca de sus platillos favoritos para las fiestas de Día del Gran Juego. Hizo hincapié especialmente en su propio y sabroso “Shannon Sharpe Smokin’ Hot Guacamole”.



El HAB también participó en una excursión de cooperación con los medios de comunicación en la televisión nacional, y distribuyó materiales de medios de comunicación que ponen de relieve las estadísticas del consumo de aguacate del Día del Gran Juego de este año, sugerencias y recetas para fiestas. Los segmentos transmitidos en la excursión con los medios de comunicación se difundieron en algunos de los principales mercados de los medios de comunicación del país.



www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information. If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 1

Esos segmentos resaltaron al aguacate Hass como un ingrediente de la comida para la fiesta del día del juego atiborrado de beneficios nutricionales.

COMERCIANTES SE UNEN A LOS ESFUERZOS PROMOCIONALES DEL DÍA DEL GRAN JUEGO DEL HAB

Además de los anuncios comerciales, la ampliación mercadotécnica difundida del HAB incluyó la distribución de folletos de venta que describen los beneficios de promover el aguacate Hass para el Gran Juego, así como de materiales de puntos de venta a comerciantes de todo el país. Como resultado de esto, algunos comerciantes llegaron a los consumidores directamente a través de su propia publicidad que presentó recetas de aguacate para el Día del Gran Juego. Entre estos comerciantes está Weis Markets que anunció los aguacates Hass en la revista de publicidad de su tienda. King Soopers de Denver organizó un divertido concurso de ventas y exhibición para el Gran Juego. El HAB entregó a King Soopers motivadores premios para el concurso, y otorgó premios a dos ganadores en cada uno de los 10 distritos de King Soopers.

La Asociación Mexicana de Importadores de Aguacate Hass entregó a varios comerciantes, incluyendo a K-VAT, Weis, Rouses, Shoppers, Wakefern y Roche Brothers, un atractivo cubo de exhibición de aguacates.

LOS AGUACATES HASS LOGRAN UN LUGAR EN EL LIBRO DE ESTRATEGIAS DE FOOD NETWORK

Se transmitió un anuncio de 30 segundos del HAB en las altamente clasificadas programas del Food Network y en programación con el tema del Día del Gran Juego. Este comercial promovía el aguacate Hass y explicaba cómo integrarlo en los platillos de las fiestas del Gran Juego. Se enfocaba en la nutrición, en el corte y manejo eficiente del aguacate, y en ideas divertidas para su uso como en la quesadilla de aguacate a la plancha y recetas para



www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information. If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 1

fiestas “Campo de guacamole”. Los anuncios indicaron a los televidentes visitar www.avocadocentral.com para más información.

Cerca de 69 anuncios transmitidos en la Food Network durante las semanas del 19 y 26 de enero.



OPERADORES DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA OBTIENEN IDEAS PARA PROMOVER SUS MENÚS

El HAB estuvo presente en la industria alimenticia haciendo recordatorios de eventos relacionados con el aguacate durante todo el año. Cada evento es una emocionante oportunidad de promover apetitosos menús, y el Gran Juego no fue la excepción. A través de sugerencias para promoción en línea, el HAB recordó a los operadores comenzar a planear el Día del Gran Juego y ofreció materiales para los puntos de venta que ayudaran a transmitir el mensaje.

El HAB distribuyó presentaciones de productos para el Día del Gran Juego a fin de llegar a los medios de comunicación de la industria alimenticia. Para asistir aún más a los operadores con ideas de menús, el HAB ofreció la *Guía de Promoción de la Industria Alimenticia para Aguacates Hass Frescos*.

EL HAB LANZA PÁGINA WEB INTERACTIVA DEL GRAN JUEGO

El HAB aprovechó el tema del año pasado “más allá del guacamole” para desafiar a los aficionados a usar el aguacate en otros platillos del día del juego.

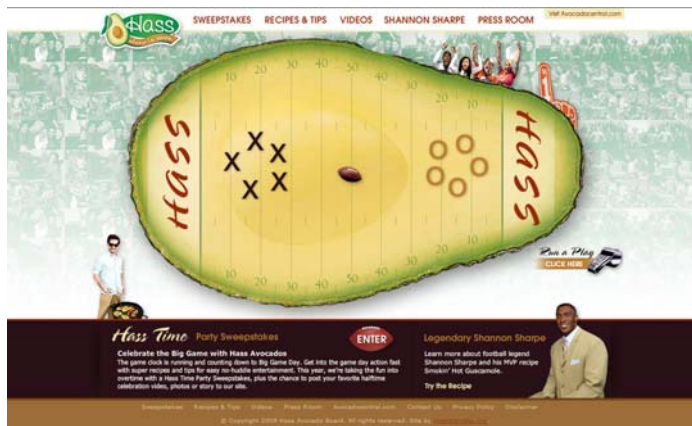
www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.
If you already have an account, log on. If not, sign up today.



AVOACTION – VOL V, No. 1

La campaña de este año pidió a los fanáticos del aguacate Hass que compartieran sus recetas para fiestas de tailgating e ideas para fiestas con el HAB y entre ellos mismos a través de un nuevo y emocionante componente de video. Con el tema, “Hass Time” (La hora del Hass), el HAB animó a los fanáticos a compartir sus mejores recetas de tailgating, fiestas y diversión en avocadocentral.com, al mismo tiempo que motivó el consumo de aguacate en las festividades del día del juego.

La página Web interactiva presentó un breve y entretenido mensaje de 30 segundos de Shannon Sharpe, así como su sabrosa receta. Los



visitantes pudieron participar en el concurso Hass Time Party Sweepstakes que incluyó generosos premios, entre ellos una tarjeta de regalo de una importante tienda de electrónicos y balones oficiales de fútbol autografiados por una estrella de este deporte. Otras opciones divertidas incluyeron recetas de aguacate Hass ideales para entretenimiento, consejos sobre el aguacate e información de medios de comunicación.

La campaña en línea fue respaldada con el correo electrónico de la receta del mes de enero, con una campaña, y con publicidad multimedia en una serie de redes bien definidas como AllRecipes.com®, FoodNetwork.com, MyRecipes.com, RachaelRayMagazine.com, RecipeTips.com, TasteofHome.com, fantasyfootballjungle.com, Footballoutsiders.com, menshealth.com y Yahoo!® Network (Yahoo!® Mail, Yahoo!® Sports, Yahoo!® NFL y Yahoo!® Food).

www.avoHQ.com is the most comprehensive resource for U.S. Hass Avocado market information.
If you already have an account, log on. If not, sign up today.