Alex Yaryura: On the Brand that trademarked Xmas

No es exagerado decir que nuestra navidad ha sido moldeada por Coke, Santa es omnipresente en esta época y el titán de las gaseosas lo "inventó" en el 1931.

Coke & Santa original 1931 advert

SANTO DOMINGO, DN, DOMINICAN REPUBLIC, December 12, 2023 /EINPresswire.com/ -- No es exagerado decir que nuestro concepto e imagen de la navidad (secular) ha sido moldeada por la marca Coca-Cola, Santa Claus es omnipresente en esta época del año y el titán de las gaseosas lo "inventó" en el 1931, sucede que aunque ya habían usado a Santa en el pasado, en esas navidades Coke lanzó una revolucionaria campaña durante el invierno, época en la cual el consumo de gaseosas bajaba por las frías temperaturas, bajo el slogan "Thirst knows no season" o "La sed no conoce las temporadas" y protagonizado por Santa Claus o Father Christmas como era mejor conocido en la época, usando su atuendo rojo y blanco, los colores de la marca coincidencia mente.

La imagen a la Norman Rockwell creada por el artista sueco Haddon Sundblom fue plasmada en los mejores medios de la época: The New Yorker, The Saturday Evening Post, Ladies Home Journal y National Geographic eran hermosas y presentaba a Santa alegremente con una botella de Coca-Cola en una navidad idílica para un pueblo estadounidense entrando en la gran depresión, la reacción positiva fue tal que al siguiente año (1931) la publicitaria D'Arcy Masius Benton & Bowles fue encargada, de la mano de Sundblom, con crear múltiples artes de prensa en base al icónico personaje.

Pero lo más notable de la marca en la historia del marketing y branding fue como lograron la transformación en el imaginario colectivo de un personaje cristiano real llamado San Nicolas, Obispo de la antigua ciudad de Myra (Actual Demre en Turquía) quien en el Siglo IV se hizo famoso por dejar monedas en los zapatos y medias de niños podres durante la navidad a la versión comercial que conocemos hoy en día, el hombre alto, gordo de barba blanca con un

atuendo rojo con blanco, botas y cinturón negro.

Polar Bears continued the Coke holiday tradition

Coca Cola nunca ha dejado de ejecutar su oleada navideña, es ya parte de su ADN y esperada no solo por sus consumidores más bien por el público en general, ver este producto presente en diciembre es parte esencial del comercio que activa durante las fiestas. Contemporáneamente hemos visto los Osos Polares y cabezotes repartidores compartir con Santa el espacio, dándole un toque innovador a una plataforma comunicacional que va para un centenario de uso continuo. Aunque podemos citar la única desviación desde el 1931 que ha presentado la marca sucedió en el 2021, en paralelo a las clásicas ejecuciones introdujeron la versión navideña de la campaña "Real Magic" titulada "Real Magic at Christmas" buscando un enfoque más humano a la época recordándonos que es un tiempo para estar juntos y apoyar a los más necesitados, incluso como parte del impulso de RRPP la marca apoyó en ese momento instituciones que daban ayuda a los indigentes en las grandes ciudades.

> La enseñanza que dejó el gigante de Atlanta a los estudiosos de la materia es el poder y riquezas detrás de un Brand Passion Platform ejecutado correctamente"
>
> *Alex Yaryura*

La enseñanza que dejó el gigante de Atlanta a los estudiosos de la materia es el poder y riquezas detrás de un Brand Passion Platform ejecutado correctamente, en su calendario de comunicación año tras año Coca-Cola tiene marcada la navidad como un periodo clave para reforzar las métricas de importancia, awareness, top of mind, loyalty y más importante aún: Amor hacia la marca logrado al unir la época más bella y espiritual del año con un producto de consumo masivo.

[Alex Camille Yaryura Perez]
Autor

Alex Yaryura
iblogaboutbrands.blogspot.com
+1 809-769-0309
email us here
Visit us on social media:
Facebook
Twitter

LinkedIn
Instagram

Real Magic at Christmas Campaign 2021

This press release can be viewed online at: https://www.einpresswire.com/article/674651486

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.
© 1995-2023 Newsmatics Inc. All Right Reserved.