

make it  
simple  
but  
significant

Don Draper

avn

AVILANORES



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Somos más que una agencia del interior, somos **LA AGENCIA especializada en el interior.**

**30 años de experiencia** en el mercado hacen de nuestro conocimiento, nuestra especialidad.

Porque sabemos que las personas se comportan de diferentes maneras en función del medio y las marcas con las que interactúan, pero sobre todo, porque sabemos que **el interior NO es una cultura, sino muchas culturas, y conocerlas es estar un paso adelante** para saber qué, cómo, cuándo y dónde comunicarnos.

Conocemos cada lugar, cada ciudad, el modo de pensar y de sentir de las personas.

Ávila Nores



**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

# Observamos.

Observamos lo que sucede en el entorno. Estamos atentos a los movimientos del mercado y a las oportunidades de **comunicar de forma diferente.**

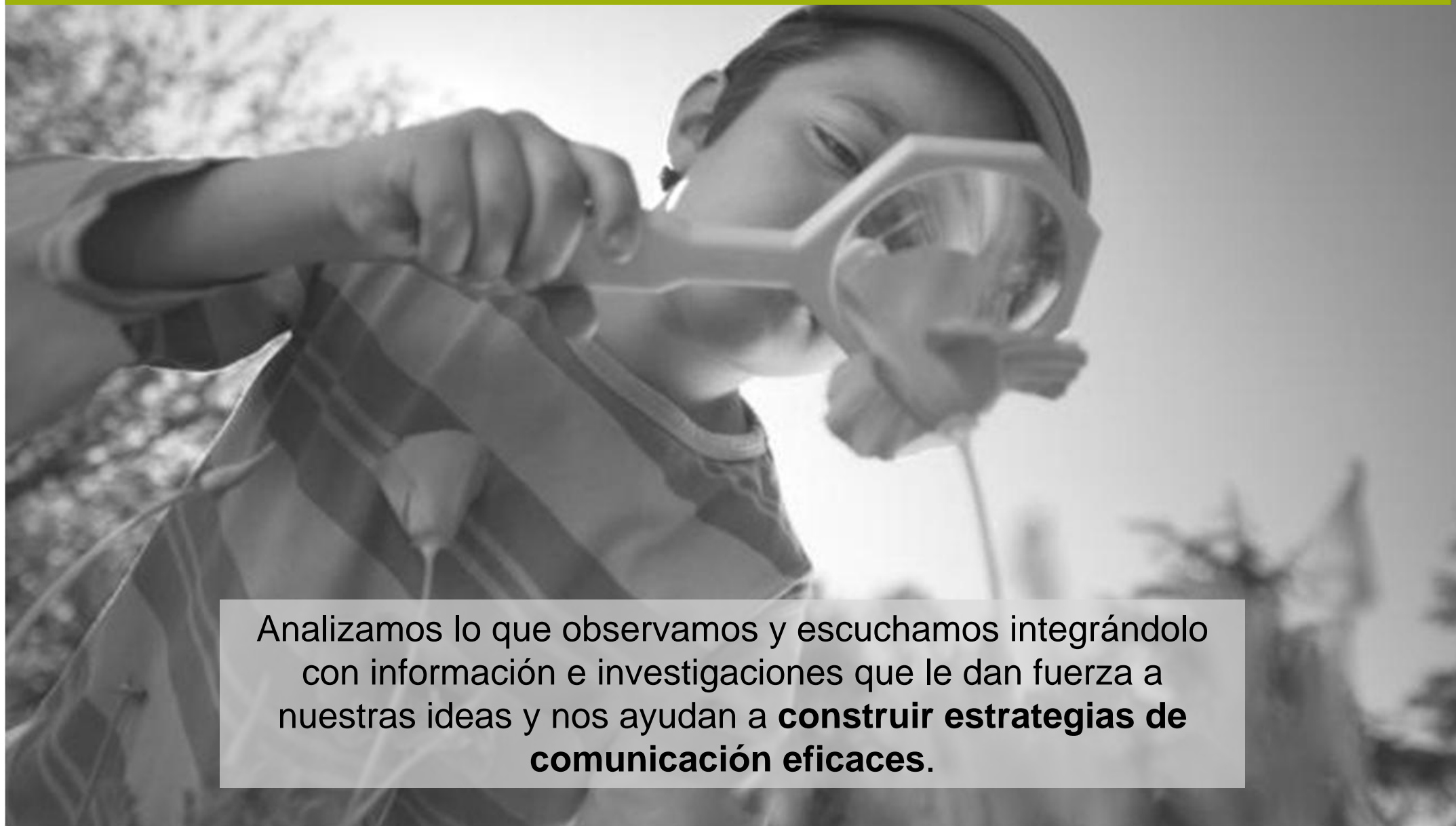
AVILANORES



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

# Analizamos.



Analizamos lo que observamos y escuchamos integrándolo con información e investigaciones que le dan fuerza a nuestras ideas y nos ayudan a **construir estrategias de comunicación eficaces.**

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

# Somos conocedores.



## **DEL INTERIOR:**

Agus se levanta temprano para tomar el colectivo hacia la universidad; durante el trayecto va escuchando música que tiene grabada en su celular. A la tarde luego de clases, suele juntarse con sus amigos a merendar.



## **DEL INTERIOR DEL INTERIOR:**

Gerardo lo primero que hace al despertar es tomar unos mates, tiene tiempo de desayunar ya que trabaja cerca a su casa. Algunos días coordina con sus compañeros para jugar fútbol a la noche y compartir un asado.



## **DEL ÁREA RURAL DEL INTERIOR:**

Eduardo arranca temprano su día mientras la radio lo acompaña toda la mañana... trabaja en el campo hasta el medio día donde corta con un asadito que lo marida con el vino de su preferencia. De ahí a la siesta y más tarde de vuelta al campo.

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Del mismo modo que conocemos los hábitos y pautas de comportamiento en el interior, conocemos el mapa de medios. A lo largo de estos años hemos construido la relación con cada uno de ellos, y esto nos permite conocer de primera fuente el perfil de cada uno, las oportunidades comerciales y la eficiencia que en cada caso cada uno puede tener.

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

# Unidades de Servicios



**Planificación**



**Medios**



**Creatividad**



**Prensa**



**Eventos**

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Lo importante es no dejarse de hacer preguntas.

Albert Einstein

- Investigaciones y análisis sobre los consumidores y el mercado.
- Herramientas de la industria (TGI/Ibope).
- Tendencias de consumo.
- Encuestas online.
- Planteamiento de acciones integrales y multiplataforma.
- Estrategias empáticas y sensibles.

# planificación

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Son líderes quienes, por medio de una comunicación eficaz, influyen a otros a seguirlos.

Barry Bowater

- Expertos en negociación, ejecución, compra y monitoreo de la pauta.
- Planificación estratégica de medios online / offline.
- Desarrollos especiales (Contenidos y PNT).
- Innovación en medios no tradicionales.
- Pauta en redes sociales y buscadores (SEM).
- Estrategias en redes sociales (Twitter, Facebook).

# medios

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

## ¿Cómo saber lo que está pasando?

La multiplicidad de alternativas de sistemas de medios y contenidos, han determinado un panorama complejo en los medios y sus audiencias.

Contamos con el conocimiento, la información, el expertise y las herramientas que nos permiten conocer el mercado en el que operan nuestros clientes y sus competidores.

## ¿Cuál es nuestro propósito?

Contribuimos en la construcción de marcas sólidas y perdurables, y en el vínculo de estas con sus clientes, diseñando e implementando soluciones integrales en medios que se adecuen a los objetivos de nuestros clientes y optimicen su inversión publicitaria.

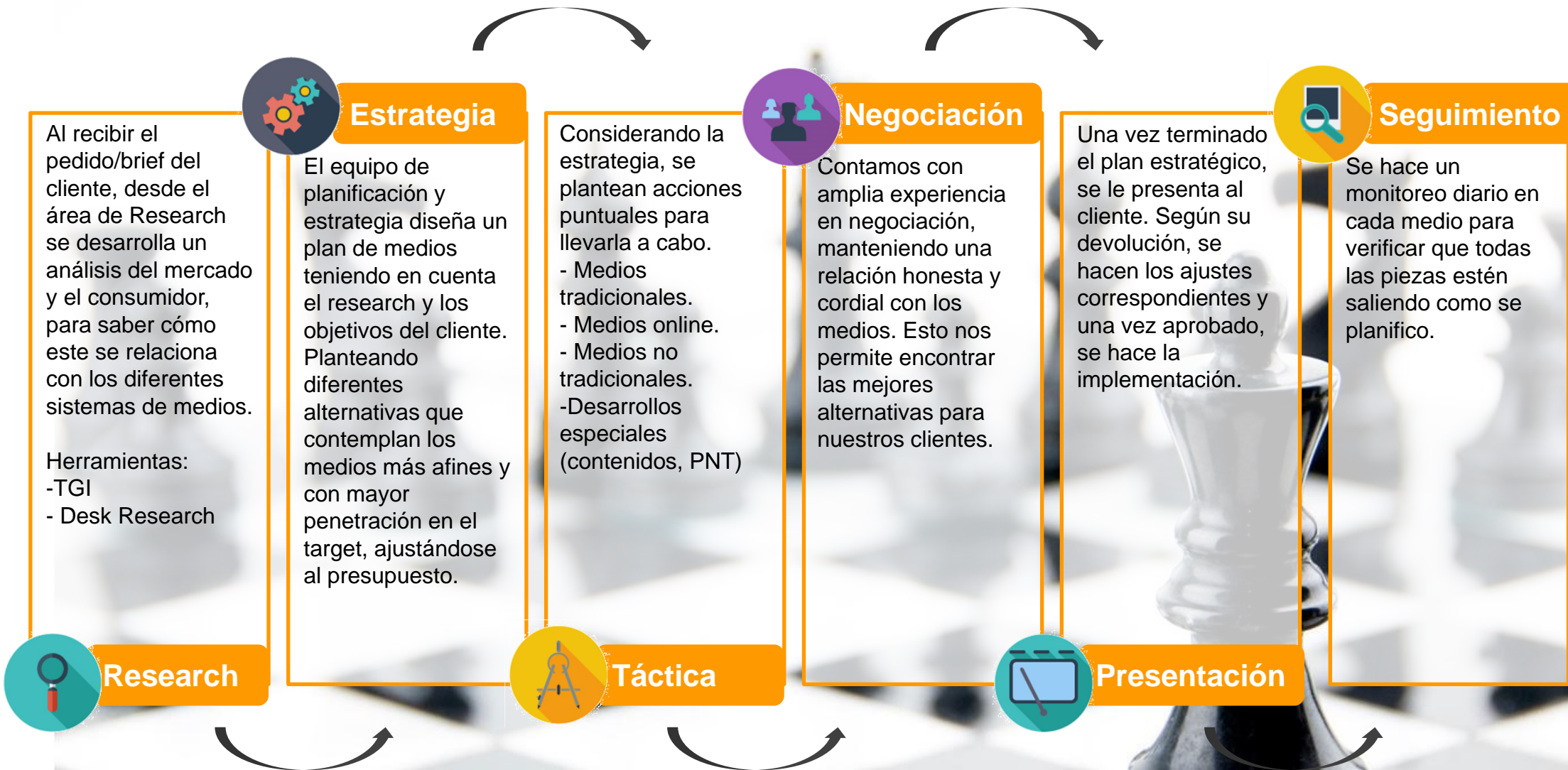
# medios

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)



# medios

**AVILANORES** 



www.avilanores.com  
 TELÉFONO: +54 351 4823009  
 AV HUGO WAST 4440.  
 CERRO DE LAS ROSAS  
 CÓRDOBA – ARGENTINA

ceo@avilanores.com

Lo que conduce y mueve al mundo no son las máquinas sino las ideas.

Victor Hugo

- Campañas integradas.
- Campañas gráficas, radiales, Cine y TV, digitales.
- PNT's radio y TV.
- Mkt Directo.
- Activaciones.
- Branding.
- Papelería y folletería institucional.
- Digital (diseño de piezas gráficas digitales).
- Editorial.
- Packaging.

# creatividad

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Lo más importante de la comunicación es escuchar lo que no se dice.

Peter Drucker

- Comunicación institucional.
- Comunicación de RSE.
- Relacionamiento con prensa / periodistas / líderes de opinión.
- Relacionamiento con medios de comunicación.
- Crisis management.
- Organización de eventos.
- Imagen corporativa y social.

# prensa

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo.

Albert Einstein

- Organizamos eventos memorables.
- Acercamos las marcas a los consumidores a través de acciones BTL.
- Co-Branding, sponsoring, lanzamientos y reposicionamiento de marcas o productos.

# eventos

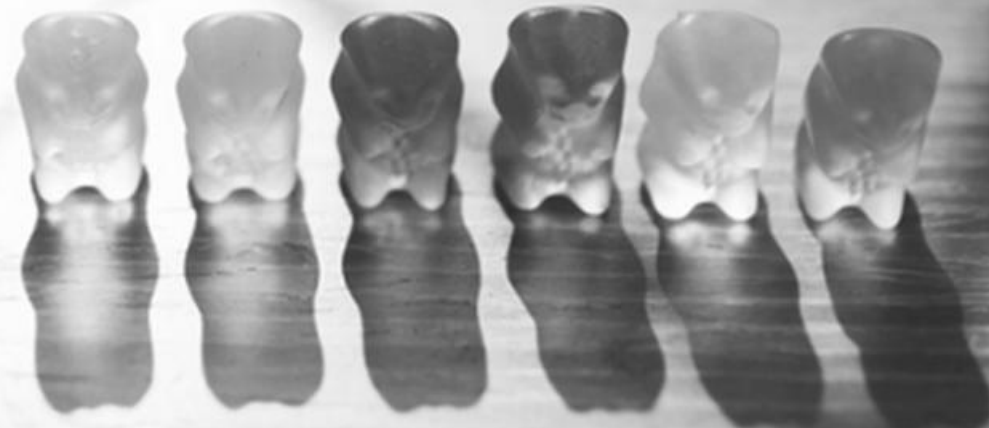
**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

Algunas acciones que  
hemos realizado



AVILANORES 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

# Plan Canje

**Situación:** Gran oportunidad de crecimiento en el interior (donde mayor distancia tenía con su mayor competidor).

**Acción:** Un camión repleto de pañales Huggies realizó un tour por más de 20 ciudades claves (previa acción de difusión en medios masivos), y en distintos puntos clave de consumo (playas de SMK y HMK y plazas de barrios populares) haciendo canjes de packs Huggies a cambio de packs vacíos. A las madres que entregaban packs de la competencia se les entregaba un pack Huggies regular y a las madres q entregaban un pack de la marca, se les entregaba un pack del Tier superior.

**Objetivo con mamás Huggies:** Fidelización y up grade dentro de la marca. Construcción de la relación.

**Objetivo con prospects:** Experiencia de marca. Switch hacia Huggies por performance de producto + experiencia de cercanía con nuestra marca.

**Resultados:** Crecimiento sostenido de share de mercado en las plazas claves en los 3 años en que se implementó la acción. La difusión de la campaña se hizo a través de Cartelería en Vía pública, Radio, Gráfica, Mailing y TV. Paralelo a ello, la página web de Huggies presentó en forma actualizada el recorrido del camión, ciudad por ciudad.

**Complemento:** Se invitó a las madres a participar del Concurso 'Mamás Huggies', por medio del cual sus niños podían ganar meses de pañales gratis; simplemente debían subir una foto de su bebé y la imagen más votada por los internautas recibió pañales de regalo.

**Plazas:**



**AVILANORES**



www.avilanores.com  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

ceo@avilanores.com



**HUGGIES**



**HUGGIES**

# Miniserie

**Huggies estrenó “Una familia que aguanta”,** su primera miniserie inspirada en las aventuras cotidianas de una familia de clase media.

Desde la agencia gestionamos la negociación, el diseño e implementación de la campaña en los medios (publicidad, prensa y emisión de los capítulos de la serie).

**Resultado:** El rendimiento de la inversión en medios (medido en segundos y costo por contacto) fue 4 veces mayor al rendimiento que hubiera tenido el presupuesto comprando tando de modo tradicional.

**Plazas:**



**HUGGIES**



# Teatro Niños

**Acción:** Huggies - Teatro para niños Branding y Marketing Promocional

**Situación:** Todos los sábados, a lo largo de tres meses, en las principales plazas de la ciudad de Córdoba, desarrollamos una acción de Branding para Huggies. El objetivo era llegar a las madres actuales y futuras por medio de una acción destinada a que disfruten junto a sus hijos de un momento único de diversión junto a la marca. Se utilizó un camión/espectáculo que se transformaba en escenario, en el cual durante 2hs, las familias, jugaban y se divertían con diferentes obras de teatro para chicos y participando además de sorteos de Merchandising y pañales.

**Plazas:**



The HUGGIES logo, featuring the brand name in a bold, blue, rounded font with a white outline and a registered trademark symbol.

**AVILANORES**



www.avilanores.com  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

ceo@avilanores.com



**HUGGIES**

# Mc Día Feliz

**Acción:** Todos los años McDonald's celebra el McDía Feliz en el cual el total de la venta del Big Mac a lo largo de todo un día es donado a la Asociación La Casa Ronald.

**Situación:** En la ciudad de Córdoba, el McDía Feliz se festeja en todos los locales de la franquicia y particularmente con un importante evento en el local del Nuevocentro Shopping, donde destacadas personalidades (celebridades y periodistas) colaboran vendiendo y preparando Big Mc a los clientes. Además, la acción se difunde en todos los medios de comunicación de la provincia.

## Resultados:

-Más de 50 publicaciones en medios masivos de comunicación previamente y durante el evento.

-Más de 70 tuits y posts en Facebook de celebridades y periodistas locales.

-Entre los artistas más reconocidos, destacamos la presencia de Jean Carlos, Damián Córdoba, To.P.Te., 4 Al Hilo y Cumbia VIP. Con todo el humor, se sumaron a la jornada solidaria el "Flaco" Pailos, Cacho Buenaventura, Los Pelafustanes, El Mago Willy Magia y el Grupo Hecatombe. De la mano del deporte, entregaron y cocinaron Big Macs al público José Meolans, Carolina "Chapita" Gutiérrez, Mariano Reutemann, Genaro Fessia; los jugadores de Belgrano, Lucas Acosta y Gabriel Alanis; de Talleres de Córdoba nos visitaron Nelson Benítez, Victorio Ramis, Ivo Chaves y Lucas Bovaglio y un emblema del fútbol cordobés la "Pepona Reynaldi". La moda y el glamour estuvieron de la mano de Chicha Osorio y Natalia Bula.

Entre las personalidades de distintos ámbitos que se acercaron a prestar su apoyo y solidaridad en los locales de McDonald's de Córdoba, cabe destacar a los siguientes periodistas Celeste Benecchi, Roxana Acotto, María Eugenia Pasquali, Alicia Poletto, Mariano Cardarelli, Alejandra Bellini, Federico Tolchinsky, Paola Martínez, Ximena Salkind, Gabriela Vieyra, Julia Nilce, Cynthia Rachid, Marcela Palermo, entre otros.

## Plazas:



**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)





# Estrenos Cine

**Acción:** Función especial Snoopy & Charlie Brown

**Resultados:**

-Convocamos a los periodistas y celebridades más importantes de Córdoba para que asistieran con sus hijos/sobrinos.

-Contamos con la presencia de 160 asistentes.

-Entre los periodistas más destacados resaltamos la presencia de Miguel Clariá, Silvia Perez Ruiz, Manuel Sánchez, Alejandra Bellini, Ximena Salkind, Omar Pereyra, Iñigo Biain y muchos más que colaboran en los medios más importantes de Córdoba.

-Los siguientes medios de nuestra ciudad estuvieron representados por diferentes invitados: La Voz del Interior, La Mañana de Córdoba, Día a Día, Comercio y Justicia, Infonegocios, Punto a Punto, Cadena 3, Radio Mitre, Radio Pulxo, Grupo Shopping, Radio 100.5, Canal 12, Canal 10, Punto de Eventos y Expresión Norte.

Dentro del grupo de deportistas cordobeses asistieron Mariano Reutemann, Carolina “Chapita Gutiérrez” y Genaro Fessia.

-Asimismo, coordinamos junto con la agencia BLAPP (Asuntos Públicos) la presencia de la ONG Copa de Leche “Niños Sonriendo” de Barrio La Toma (Cba), conformada por 50 chicos, quienes muchos de ellos visitaban por primera vez un shopping o iban al cine.

Los invitados llegaron a la sala, se acreditaron, disfrutaron de la película y finalizada la misma, fueron invitados a comer en el local de McDonald’s del Nuevocentro Shopping.

**Plazas:**



**AVILANORES**



www.avilanores.com  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

ceo@avilanores.com



# Plan Verano

**Acción:** En el marco de la campaña #VeranoenMc, el artista Fernando Dente cantó en vivo y con entrada libre y gratuita, en el local de Villa Carlos Paz.

**Situación:** Durante enero 2016, y para celebrar el lanzamiento de la nueva temporada de verano, McDonald's llevó a cabo una serie de acciones en distintos puntos del país dirigidas a las familias para disfrutar durante las vacaciones.

De esta manera, Fernando Dente se presentó con un show musical en el local de McDonald's de Villa Carlos Paz - Córdoba, ubicado en Av. General Paz y José Ingenieros. El evento es con entrada libre y gratuita, para el disfrute de todos los que asistieron.

El lanzamiento de los Shows Musicales de #VeranoEnMc estuvo a cargo de Franco Masini que presentó "Té para tres" en el local de McDonald's de Pinamar frente a cerca de 1000 fans. Maxi Espíndola, que se presentó en Pinamar y Julián Serrano, que cantó en el local de Pinamar.

La propuesta musical de McDonald's se completó el con un show de Franco Masini en Mar del Plata, donde se presentó junto a Stefano de Gregorio y Ángela Torres.

**Plazas:**



**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)



# ZF Sachs

**Acción:** Fidelización a los principales clientes (distribuidores).

Acción especial, donde se invita a los principales clientes de Sachs a nivel nacional, a participar durante 2 días de uno de los eventos más importantes del mundo.

Se los lleva a conocer las instalaciones del Complejo Berta MotorSports, luego se los lleva a almorzar a un lugar enclavado en las sierras de Córdoba, cerrando la acción con participación en las carpas Vips de los Súper Primes desarrollados en la ciudad de Córdoba, regalándoles una mochila con todo el material del Rally Mundial más Merchandising especial de la marca y del evento.

**Plazas:**

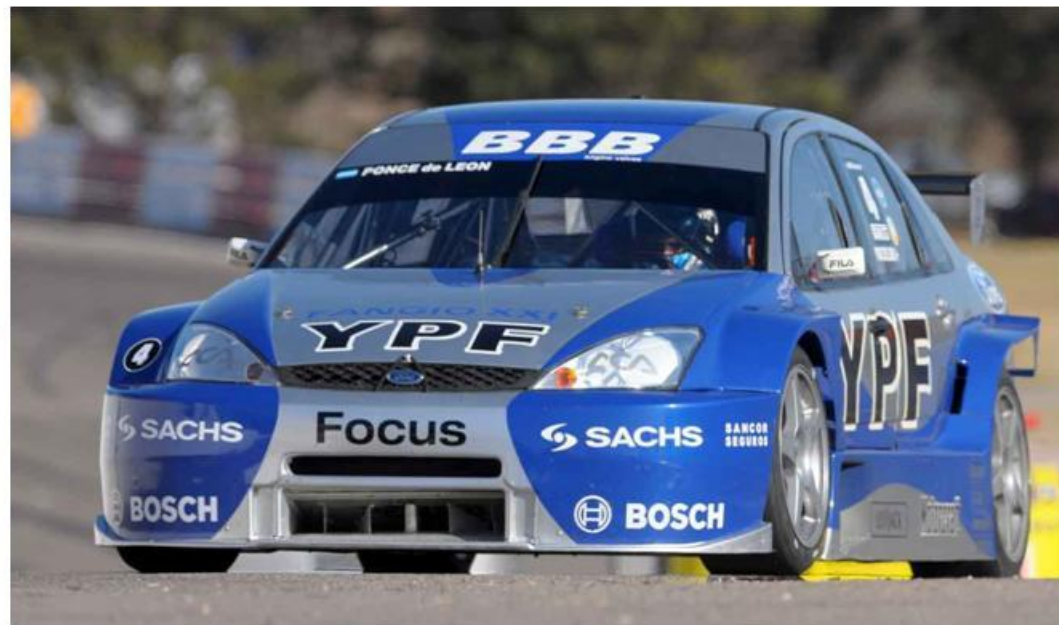


**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)



# Visa Internacional

**Acción:** Rediseño y campaña de lanzamiento de la tarjeta proven visa.

Desde el area creativa/diseño se desarrollo la propuesta de campaña para el lanzamiento de proven visa/ Tarjeta internacional de provencred que viene a sumarse al porfolio de productos.

El lanzamiento en medios masivos se planifica para julio del 2016.

**Racional:**

Tener una tarjeta internacional significa que estés donde estés, vas a poder acceder a compras con tu tarjeta. No hay límites fronterizos y tampoco digitales.

Esto significa que podés elegir el destino que quieras o visitar tu lugar favorito en el mundo sin preocuparte por cómo vas a pagar, porque seguro que hay también está Proven con su nueva tarjeta Visa Internacional.

Por eso vamos a decir:  
VIVAMOS SIN LÍMITES.

**AVILANORES** 



www.avilanores.com  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

ceo@avilanores.com

# VIVAMOS SIN LÍMITES

nueva  
**PROVEN VISA**  
INTERNACIONAL



Viajé o compré online en el exterior de la manera más cómoda y segura con todos los beneficios de tu nueva Proven Visa Internacional

**Provencred**  
Damos Soluciones

## DISFRUTÁ UN NUEVO BENEFICIO CADA DÍA



**Provencred**  
Damos Soluciones

**Provencred**  
Damos Soluciones

# Campaña Turismo

**Acción:** Planteamos una campaña integral para posicionar la marca Jujuy a nivel nacional.

## **Soy Pachamama, Soy Jujuy, Soy Jujeño.**

Encontramos que en toda la provincia de Jujuy se vive el espíritu de la Pachamama de una forma muy profunda. Más allá de los atractivos paisajísticos, incluyendo a cada uno de sus habitantes y su cultura.

Ella nos habla en toda la campaña, transmitiéndonos su mensaje: Soy Pachamama, Soy Jujuy, Soy Jujeño.

### **Plazas:**



## **Bienvenido a tu Encuentro.**

Continuando con la campaña “Soy Pachamama, soy Jujuy, soy Jujeño” realizamos un segundo spot en el cual transmitimos el significado de viajar a Jujuy.

Cuando viajás a Jujuy, sin dudas estás yendo al encuentro con un montón de cosas, pero por sobre todo, estás yendo a tu propio encuentro.

### **Plazas:**



**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)



SALINAS GRANDES / 3.450 msnm

*Te falta el aire,  
las palabras también.*

Viva Jujuy!

Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY

[www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar)

Viva Jujuy!

*Te falta el aire,  
las palabras también.*

Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY

SALINAS GRANDES / 3.450 msnm  
[www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar)

TILCARA / 3.139 msnm  
[www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar)

PURMAMARCA / 2.324 msnm  
[www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar)

SAN SALVADOR DE JUJUY / 1.259 msnm  
[www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar)



Perfección es un lienzo en blanco al que no hace falta pintarle una obra.

SOY PACHAMAMA. SOY PUNA. SOY JUJEÑO.



Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY | CFI COMISIÓN FEDERAL DE INVERSIONES  
www.turismo.jujuy.gov.ar



Nuestra voz es el eco de nuestros ancestros.



SOY PACHAMAMA. SOY HISTORIA. SOY JUJEÑO.



Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY | CFI COMISIÓN FEDERAL DE INVERSIONES  
www.turismo.jujuy.gov.ar



El sol es el pincel de la naturaleza.



SOY PACHAMAMA. SOY QUEBRADA. SOY JUJEÑO.



Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY | CFI COMISIÓN FEDERAL DE INVERSIONES  
www.turismo.jujuy.gov.ar



El agua es el espejo de nuestro espíritu.

SOY PACHAMAMA. SOY VALLES. SOY JUJEÑO.



Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY | CFI COMISIÓN FEDERAL DE INVERSIONES  
www.turismo.jujuy.gov.ar



La selva respira nuestro suspiro.

SOY PACHAMAMA. SOY YUNGAS. SOY JUJEÑO.



Secretaría de Turismo | Gobierno de JUJUY | CFI COMISIÓN FEDERAL DE INVERSIONES  
www.turismo.jujuy.gov.ar

Vivi Jujay!





# Vanesa Duran Campañas

## Emprenvededoras.

Queremos promover y despertar en futuras revendedoras esa actitud que las lleva a moverse, haciendo que las cosas pasen, una actitud que crea un lazo entre una joya y un sentimiento.

Para poder marcar una diferencia con otras "revendedoras", y generar una mayor expectativa en ellas, creamos una palabra, un término que va más allá: EMPRENVENDEDORAS. Porque una gran emprendedora necesita saber vender/se y una gran vendedora necesita actitud emprendedora.

## Plazas:

## Lucí tu joya invisible.

Nos dimos cuenta que entre tanta opresión, hay una joya que no se puede ver con los ojos ni sentir con el tacto. Sabemos que todas las mujeres la tienen, pero que pocas se animan a lucirla. Se trata de la primer y única joya invisible, UNA JOYA QUE ESTÁ EN TU INTERIOR. Queremos homenajear a estas mujeres que lucen esta joya todos los días, como así también contagiar a las que aun no se atreven a mostrarla. Por eso, vamos a decirle a cada mujer: LUCÍ TU JOYA INVISIBLE.

## Plazas:



*Vanesa Duran*<sup>®</sup>

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)



*Vanesa Duran*<sup>®</sup>



TU BRILLO  
PROPIO  
NO SE CONSIGUE  
EN NINGÚN  
SHOPPING.

*Lucí tu Joya*  
INVISIBLE

*Vanesa Duran*<sup>®</sup>  
Joyas



TU RISA ES  
LA MEJOR  
CREMA ANTI AGE  
QUE EXISTE.

*Lucí tu Joya*  
INVISIBLE

*Vanesa Duran*<sup>®</sup>  
Joyas



ENTRENA  
17 MÚSCULOS  
SIN IR AL GIMNASIO:  
SONREÍ.

*Lucí tu Joya*  
INVISIBLE

*Vanesa Duran*<sup>®</sup>  
Joyas

*Vanesa Duran*<sup>®</sup>



Vanessa Duran®

# Vanesa Duran Convención

**Acción:** Se desarrollo la propuesta general de la convención anual de Vanesa Duran.

Bajo el nombre corazón olímpico, este año se alineó todo el contenido a las olimpiadas VD.

“El amor por lo que hacemos nos hace ganadores” es el mensaje a instalar para 2016.

Desde la agencia acompañamos en todo el desarrollo conceptual, estético, audiovisual de los distintos momentos de la convención.

**Plazas:**



*Vanesa Duran*<sup>®</sup>

**Tanti Córdoba 2016**

**CORAZÓN OLÍMPICO**  
EL AMOR POR LO QUE HACEMOS NOS HACE GANADORES

Hay un momento en el año, donde premiamos el esfuerzo y renovamos energías para seguir creciendo.

Llega nuestra convención anual  
**CORAZÓN OLÍMPICO**  
y te invito a compartirla con nosotros.

☆☆ 22, 23 y 24 de abril. ☆☆

**Gala de premiación:**  
**SÁBADO 23 - 20.30hs**  
Dresscode blanco

Asociación Colonia de vacaciones del personal del Banco de la Provincia de Buenos Aires.  
Ruta Provincial 23 (ex nacional 20) Km 749 Tanti - Córdoba.

*Vanesa Duran*<sup>®</sup>  
Agencia

R.S.V.P. (S.R.C.) Leticia Lamasotta  
email: Leticia.Lamasotta@jyaosmesoduran.com

**AVILANORES** 



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)



*Vanessa Duran*<sup>®</sup>



*Vanessa Duran*<sup>®</sup>

# nuestros clientes



**Cientes con los  
que hemos  
trabajado**



**AVILANORES**



www.avilanores.com  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA  
ceo@avilanores.com

make it  
simple  
but  
significant

Don Draper

AVILANORES



[www.avilanores.com](http://www.avilanores.com)  
TELÉFONO: +54 351 4823009  
AV HUGO WAST 4440.  
CERRO DE LAS ROSAS  
CÓRDOBA – ARGENTINA

[ceo@avilanores.com](mailto:ceo@avilanores.com)

**muchas gracias**