

Bodegas Beronia ofrecerá cambiar los peores regalos de Navidad por 15 lotes de sus vinos de Rioja y Rueda

El 93% de los españoles reconoce que alguna vez ha recibido un regalo que no tenía nada que ver con sus gustos, por eso la marca del grupo González Byass ha lanzado una aplicación a través de las redes sociales en la que registrar los regalos equivocados. La campaña #RegalaBeronia sorteará 15 lotes de sus vinos a sus seguidores en redes sociales

Bodegas Beronia, perteneciente a la familia de bodegas del grupo González Byass, ha lanzado una ambiciosa campaña de Navidad que bajo el nombre #RegalaBeronia pretende paliar uno de los problemas tabú de la celebración de Papá Noel y los Reyes Magos: los regalos equivocados. Según un estudio encargado por esta bodega radicada en las denominaciones de origen de Rioja y Rueda, el 93% de los españoles afirma que alguna vez ha recibido regalos que no tenían nada que ver con sus preferencias.

El mismo estudio señala también la otra cara del problema: el 63% de las personas reconoce que alguna vez ha comprado regalos a sabiendas de que no iban a gustar del todo a sus familiares o amigos.

Siempre se regala lo mismo

La campaña navideña de Bodegas Beronia pone el foco en otro de los aspectos que más cuesta comentar con los seres queridos: la costumbre familiar de repetir regalos año tras año. Hasta el 62% de los encuestados se queja de tener algún familiar que siempre repite, y señalan calcetines, pijamas o perfumes como algunos de los regalos recurrentes más habituales. Eso sí, el estudio también señala que los españoles son comprensivos con los errores en los regalos: sólo un 3% reconoce haber dejado de hablar a alguien por haberse equivocado con ellos.

Concurso en redes sociales

El concurso #RegalaBeronia pretende paliar el problema mediante una potente campaña en las redes sociales gestionada por la agencia de marketing digital de Madrid Sr. Potato que pretende cambiar esos malos regalos por lotes de vino de Beronia. Sr. Potato ha diseñado y lanzado una aplicación exclusiva en la que los seguidores de Bodegas Beronia podrán registrarse, subir una imagen de aquellos regalos que les hayan disgustado y explicar por qué no han acertado con ellos. Un canal de desahogo que evita tener que explicárselo directamente a los familiares que han errado.

A los participantes en esta aplicación, canalizados fundamentalmente a través de Facebook, se sumarán los seguidores de Twitter e Instagram, que podrán subir directamente la foto y la explicación a su cuenta y usar el hashtag #RegalaBeronia. Contarán su problema y de paso, optarán a cambiar sus regalos por uno de los 15 lotes de los mejores vinos de Bodegas Beronia que hay en juego. El plazo de participación comienza el 14 de diciembre y finaliza el 10 de febrero de 2019 y la principal condición es

seguir a Bodegas Beronia en aquella red social en la que participen.

Una bodega con presencia en dos D.O.

Bodegas Beronia se fundó en 1973 y se integró nueve años después en la Familia de Bodegas González Byass. Hoy en día tiene una bodega en Ollauri (La Rioja), donde produce hasta 13 vinos de cuatro gamas diferentes, y está construyendo una segunda en la misma localidad. Además, desde este 2018 elabora un vino verdejo en una nueva bodega situada en Rueda (Valladolid).

Marketing digital ajustado al sector del vino

La agencia de marketing digital Sr. Potato, radicada en Madrid, es la encargada de la gestión de los canales sociales de Bodegas Beronia y también la responsable de la creación y gestión del concurso #RegalaBeronia. Entre los servicios que Sr. Potato ofrece destacan el marketing de influencia, SEM, SEO, diseño y desarrollo web Social Media Marketing, estrategias de marketing integral, diseño de logotipos e identidad de marca, creatividad publicitaria, y eventos corporativos pensados a la medida de cada cliente.

Datos de contacto:

Diego Mur

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Marketing](#) [La Rioja](#) [Entretenimiento](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>