

El formato de Q12 Trivia atrae el interés de las empresas como canal publicitario de impacto directo en jóvenes consumidores

Compañías como Uber Eats, Amazon o Disney, entidades como Ecovidrio y cantantes como Carlos Baute o Rayden han elegido este concurso para llevar a cabo campañas de promoción, de branding o de concienciación en los últimos tres meses

El formato del concurso Q12 Trivia, primer programa al estilo quiz show en español que se emite en directo a través del móvil, está captando el interés publicitario de todo tipo de compañías de diferentes sectores, que se interesan por su enorme potencial de comunicación directa, efectiva y en tiempo real con un perfil de consumidores jóvenes y usuarios de tecnología. Por ello, la startup española ha empezado ya a cerrar sus primeras campañas de publicidad que le han permitido comenzar a monetizar el proyecto.

En su planteamiento, estas acciones comerciales buscan siempre un formato atractivo, no invasivo ni molesto para el usuario; al contrario, en muchas ocasiones se traducen en un beneficio directo para los participantes en el concurso. Es el caso del acuerdo alcanzado con la empresa de comida para llevar Uber Eats: hasta el 31 de mayo, durante la emisión en directo del programa se proporciona a los participantes un código descuento con el que pueden conseguir un ahorro de hasta el 50% en su primera compra.

La campaña de Uber Eats tiene un fin orientado al consumo, de branding o posicionamiento de esta marca en el mercado de comida para llevar. Sin embargo, Q12 ha contado con la realización de otros tipos de campañas con diferentes objetivos. Por ejemplo, para promocionar un nuevo producto, como la reciente colaboración con Amazon para dar a conocer sus altavoces inteligentes Amazon Echo, equipados con el asistente virtual Alexa. Durante el mes de mayo se están sorteando 16 unidades entre los concursantes Qdoceros.

El pasado mes de marzo, Ecovidrio, entidad sin ánimo de lucro encargada de gestionar la recogida, el reciclaje y la reutilización de los envases de vidrio en nuestro país, eligió Q12 para llevar a cabo una campaña de concienciación con el fin de contribuir a generar una cultura del reciclaje de este material. Para ello, se incluyeron preguntas de temática relacionada con el reciclaje del vidrio y su impacto en la sociedad entre las tandas de 12 preguntas que se formulan cada día en el concurso.

Y también ese mes se llevó a cabo una campaña para promocionar el estreno de la película Capitana Marvel, que llegaba a los cines el 8 de marzo, gracias a un acuerdo alcanzado con Disney. En esa ocasión se contó por primera vez con la actriz y presentadora Eve Flores para presentar el programa especial de temática centrada en el universo Marvel, que tuvo un premio de 10.000 euros y se sorteó merchandising de la película. Posteriormente, Eve Flores se ha incorporado al equipo habitual de presentadores, junto a Juanjo de la Iglesia y Toni Cano.

Finalmente, el concurso ha puesto también en marcha la sección 'Q12 Invita', que consiste en que un personaje famoso participa en directo desde el estudio junto al presentador en la emisión del programa. Hasta el momento, con el objetivo de conectar con sus fans a través de este innovador formato interactivo han pasado por esta sección los cantantes Carlos Baute y Rayden. Ambos actuaron en directo desde el plató de Q12 y colaboraron con el presentador formulando alguna de las preguntas del programa.

"El innovador formato de Q12 permite impactar de forma directa e individualmente en todos y cada uno de los usuarios que se conectan cada día a la app del concurso —que ya cuenta con más de 1,5 millones de descargas—, con la ventaja de saber en cada momento el número real de personas que han visionado atentamente una campaña, lo que abre un mundo de nuevas posibilidades comerciales a las empresas", explica Carlos Alcántara, CEO y cofundador de Q12 Trivia.

Actualmente, el concurso cuenta cada noche con más de 30.000 concursantes concurrentes (la mayoría millennials) que, durante los 15 minutos que aproximadamente dura el programa, mantienen una atención activa respecto a lo que pasa en la pantalla de su teléfono, convirtiéndose en un target de gran atractivo para los anunciantes.

Datos de contacto:

Q12 TRIVIA

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

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Juegos](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>