Publicado en 28010 / Madrid el 09/09/2013

# [El Reto Hitachi: Una acción de branding que desafía a sus seguidores](http://www.notasdeprensa.es)

## La marca japonesa de aire acondicionado Hitachi promueve los valores del deporte en la sociedad más allá de su patrocinio oficial del Club de Triatlón X3M. Se trata de lanzar a sus seguidores online un reto deportivo contando con dos atletas de primera línea como entrenadores

 Bajo el nombre Hitachi Next Challenge o Reto Hitachi se ha venido desarrollando en los últimos 5 meses una de las propuestas de marketing online más novedosas en el sector de las empresas de tecnología. Se trata de inculcar los valores del deporte asociados a la marca (esfuerzo, disciplina, superación) a los seguidores de sus canales online, recompensando con material deportivo de primera calidad a quiénes demuestren haber alcanzado sus objetivos. Para ello han contado con 2 entrenadores de excepción, conocidos por compartir este mismo empeño: Martín Giacchetta, atleta y ganador del premio FIBO 2012 al entrenador del año, autor de varios libros sobre prácticas de entrenamiento y al que popularmente se le conoce como "entrenador de los famosos"; y Sonia Bejarano, una de las mejores atletas españolas del momento, actual subcampeona de España en 5.000 y 10.000 metros. La creación del microsite http://www.retohitachi.com/ ha centrado la acción que contenía dos variantes: "Ponte en Forma", para personas sedentarias que quisieran iniciarse en el hábito deportivo; y "Mejora tu Marca", orientada a deportistas habituales que se propusieran superarse en una competición. En apenas 2 semanas se registraron 1.000 inscripciones entre ambos retos, siendo seleccionados Ainara Hualde y Nacho Gutiérrez respectivamente para ser el reflejo de los seguidores en los vídeos donde completaban, a veces con dificultad pero siempre con buen ánimo, los planes de entrenamiento. Según Ana Arienza, directora de marketing: “El Reto Hitachi consiste en ayudar a las personas a conseguir sus objetivos utilizando el deporte como medio integrador y enriquecedor. Compartir las fotos de sus progresos en nuestras redes sociales nos ha permitido valorar los logros obtenidos, así como inspirar e inculcar nuestro espíritu de superación, sacrificio y trabajo. Una filosofía que ha llevado a Hitachi a ser reconocida mundialmente por su tecnología e innovación aplicada a sus equipos de aire acondicionado”.  El Reto Hitachi acaba de finalizar y los resultados han sido inmejorables: se han llegado a repartir más de 500 prendas deportivas profesionales (camisetas, zapatillas, tiras reflectantes...) entre los participantes  que han interactuado con la marca a lo largo de su desarrollo. Y tanto Ainara como Nacho han logrado sus objetivos: Ainara reducir 9 kg. su peso y lucir abdominales; Nacho, batir su propio récord en la Media Maratón de Burgos. Los perfiles en Facebook y Twitter de aire acondicionado Hitachi "Inspire your life" han triplicado sus seguidores, alcanzando coberturas semanales de 45.000 impactos en sus publicaciones. El microsite ha registrado 26.000 visitas únicas con un promedio de más de 1 minuto de consulta, así como una veintena de preguntas sobre los planes de entrenamiento disponibles para descargar. El canal de YouTube con los vídeos del progreso y las pruebas finales hoy día superaba los 43.000 visionados. El Reto Hitachi ha demostrado ser una acción de marketing que recoge una demanda cada vez mayor del usuario conectado: interactuar con sus marcas de referencia de un modo positivo, bilateral y enriquecedor. Aire acondicionado Hitachi así lo ha entendido y prepara ya un nueva edición 2014 de su inspiradora campaña.

**Datos de contacto:**

Studio2C

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/el-reto-hitachi-una-accion-de-branding-que-desafia-a-sus-seguidores](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Telecomunicaciones Comunicación Marketing Sociedad Entretenimiento E-Commerce Otros deportes



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)