Vision Direct premia con 10.000€ a los ganadores de su concurso de jingles

Los ganadores del concurso son los españoles Almudena Almazor y Marcos Cantador, de la Escuela TAI de Madrid, que se llevan el gran premio de 10.000€. En el transcurso de tres meses, Vision Direct ha recibido más de 700 propuestas de jingles desde el Reino Unido, España y los Países Bajos

El mayor comercio online de lentes de contacto de Europa, visiondirect.es, ha anunciado a los ganadores de su concurso de jingles, Almudena Almazor y Marcos Cantador, dos estudiantes de música españoles que se enteraron del concurso a través de la madre de Almudena y que se han llevado el gran premio de 10.000€.

El concurso de jingles de Vision Direct se lanzó en abril de 2021 para residentes en Reino Unido, Países Bajos y España, y concluyó el pasado 24 de mayo, con más de 700 inscripciones. Vision Direct invitó a sus clientes a enviar un jingle que reflejara los valores de la empresa y pudiera utilizarse como logo de sonido. La variedad de trabajos recibidos ha sido abrumadora, con propuestas de músicos aficionados y estudiantes, así como de artistas experimentados y profesionales.

El viernes 18 de junio un panel de expertos internacionales de la industria seleccionó al ganador, entre ellos el DJ español Pascal Moscheni, el productor discográfico holandés Mitchel van Dinther (Jameszoo), la compositora irlandesa Riona O Connor, el ingeniero de sonido inglés Chris Cracknell y el director de marketing de Vision Direct, Ashley Mealor. Los trabajos fueron preseleccionados y evaluados en función de la letra, la originalidad, la melodía y la efectividad general.

Ashley Mealor, responsable de marketing de Vision Direct, comenta: "Nuestro objetivo con el concurso era conectar con nuestros clientes a través de sus creaciones. Hemos recibido jingles de todo tipo: desde niños cantando hasta producciones de músicos profesionales en diversos géneros, como country, blues, hip hop y pop".

"Es muy interesante descubrir cuál es la imagen que la gente tiene de Vision Direct y qué quieren destacar de la marca a través de letras y melodías pegadizas. Con tantas propuestas increíbles, tomar una decisión ha sido muy difícil, pero creemos que el jingle de Almudena nos refleja a la perfección".

Almudena Almazor, estudiante de Composición Audiovisual de 22 años, escuchó hablar por primera vez sobre el concurso a su madre. Recurrió entonces a la ayuda de su pareja, Marcos Cantador, estudiante de música de 27 años en la Escuela TAI, y trabajaron juntos para crear su jingle, que llamó la atención de los jueces desde un primer momento gracias a su melodía alegre.

"La primera vez que escuché sobre Vision Direct fue a través de este concurso", asegura Almudena.

"Realizamos un análisis profundo de la página web de Vision Direct y su canal de Youtube", afirma Almazor, "para así tener una buena idea de cómo destacan de sus competidores, su tono de voz y qué los convierte en expertos en todo lo relacionado con la salud ocular".

"Nos centramos en el concepto de sonreír con los ojos y en cómo tu personalidad puede brillar cuando usas lentillas. Queríamos encontrar un logo de sonido perfecto, que fuera pegadizo... y creo que lo conseguimos. Estamos emocionados por el siguiente paso: grabarlo en un estudio profesional".

Se pueden ver los 30 jingles finalistas en:

<https://www.visiondirect.es/jingle>

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLUP5Lc5mxsfv4vvvp2Xy0Myycve8fwrea>

Datos de contacto:

Clara Sanzol

Vision Direct

+4407873769580

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

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Imagen y sonido](#) [Telecomunicaciones](#) [Música](#) [Educación](#) [Televisión](#) y [Radio](#) [Recursos humanos](#) [Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>