



NDL PRO-HEALTH, una nueva marca de complementos alimenticios, fruto de la colaboración conjunta de Rafa Nadal, deportista de élite y Cantabria Labs, laboratorio farmacéutico con renombre internacional. Con un posicionamiento híbrido, por un lado, Farmacéutico, gracias al prestigio y el expertise de Cantabria Labs y por otro Deportivo, debido a la trayectoria deportiva de Rafa Nadal tanto en su faceta física como mental **“saber estar dentro y fuera de la pista”**, dando como resultado una arquitectura de productos focalizados en el día a día con su línea **Everyday**; en la práctica del ejercicio con su línea Performance; y en su posterior recuperación con su línea Recovery. Avance.



Década®

Contexto



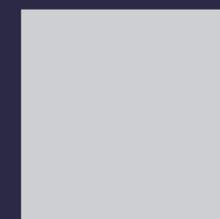
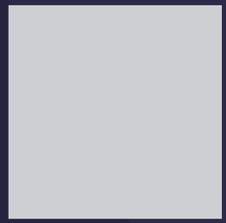
¿Qué llevó a la marca a buscar la ayuda de Década y qué esperaban lograr?

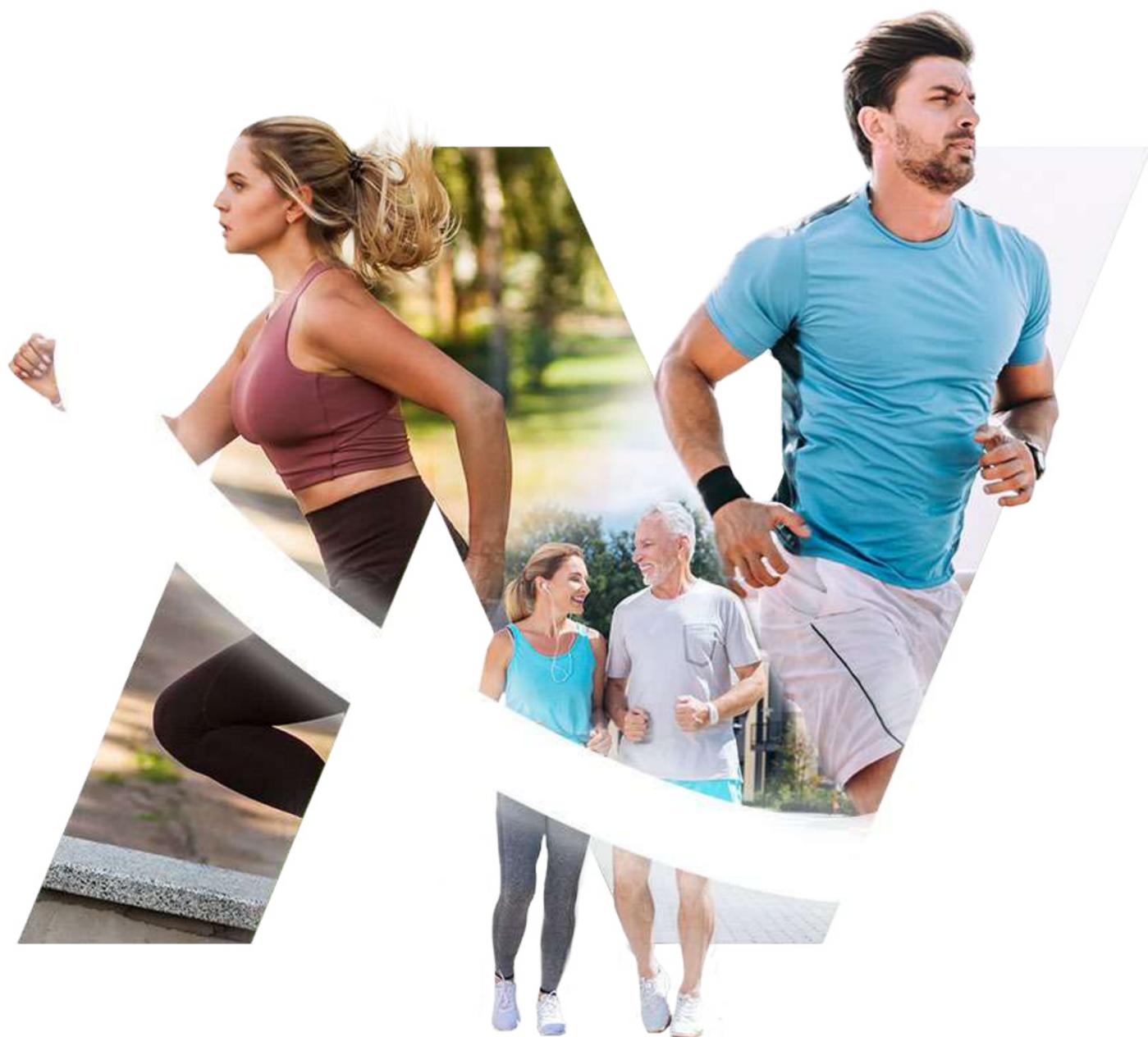
NDL PRO-HEALTH buscaba una agencia que pudiera crear y trabajar con todas las palancas de branding que Amazon ofrece con una visión estratégica de alinearse al branding de la marca y adaptarse a la experiencia de compra del marketplace en esta categoría de producto.



Década®

Objetivo





OBJETIVO DEL PROYECTO:

El objetivo primordial de Década fue infundir la esencia de NDL Pro-Health y Rafael Nadal en los elementos creativos de Amazon. Desde el diseño del carrusel de imágenes hasta la creación de contenido a+, pasando por la elaboración del Brand story en la Amazon Store.

La agencia trabajó incansablemente para presentar los productos de manera efectiva. Además, ha concebido creatividades en diversos formatos publicitarios para maximizar el impacto y llegar a un público amplio.

Década®

Implementación

CARRUSEL DE IMÁGENES

El formato carrusel de imágenes se ha alineado a una estructura acorde a la categoría de producto de salud en Amazon y en específico a la subcategoría de complementos alimenticios. Se ha buscado resaltar la información nutricional del producto, los beneficios y recomendaciones de uso dado que son datos imprescindibles para la compra del producto y que se deben de reflejar en los carruseles para conseguir una mayor conversión.

Infographic for the EVERYDAY product. It features a central image of a red capsule with a white ring around it. The word 'EVERYDAY' is written in white on a green banner across the capsule. Four green lines connect the capsule to four key features:

- Fuente de colágeno Tipo II**
Mayoritario en el cartílago
- Enriquecido con Ácido Hialurónico**
y Extracto de Cúrcuma
- Recuperación**
articular y muscular
- Colágeno no desnaturalizado**
Propiedades naturales

The NDL PRO-HEALTH logo is in the bottom right corner.Banner for the EVERYDAY product featuring a smiling man. The text next to him reads:

Funcionamiento normal
de articulaciones
y ligamentos

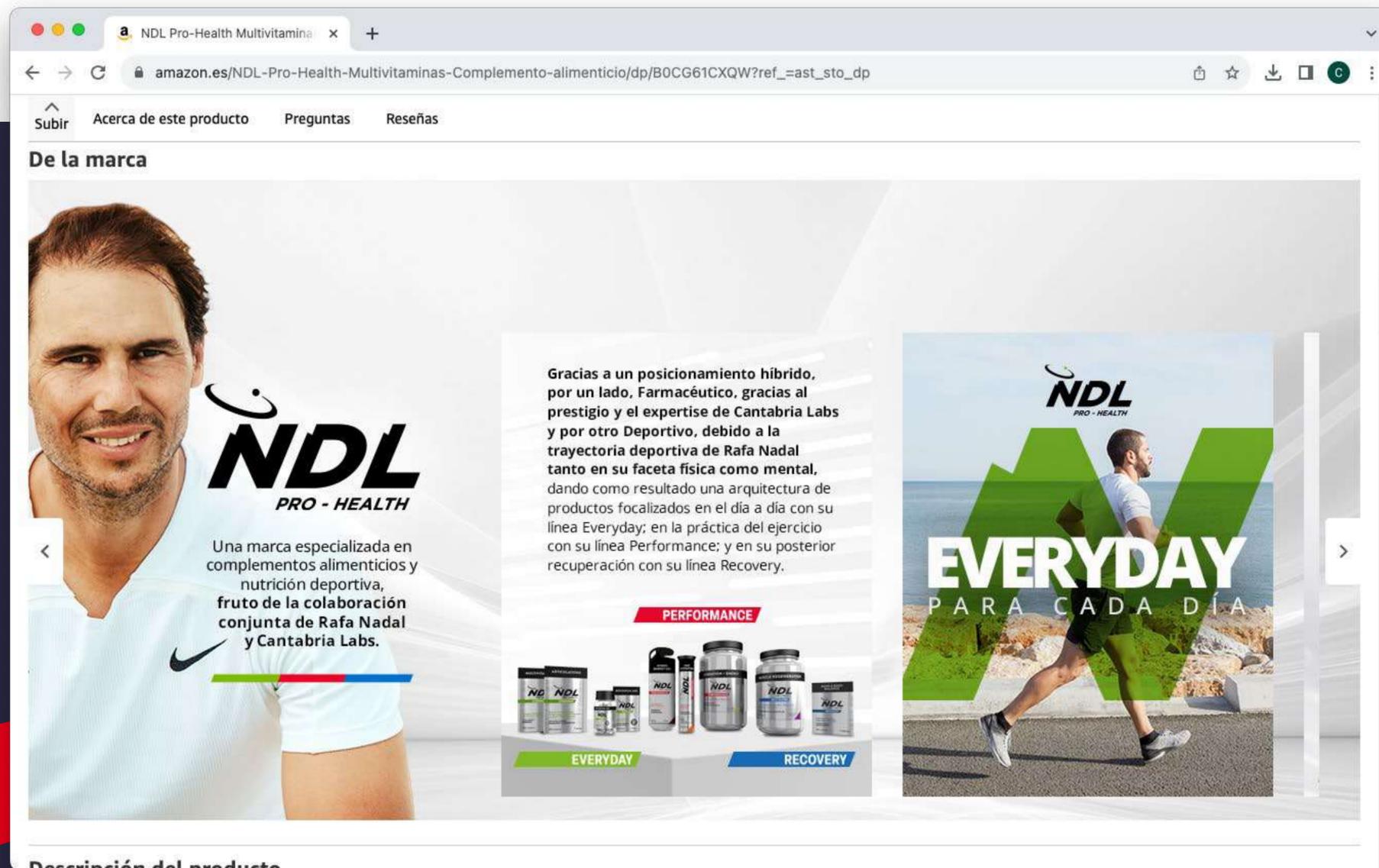
The NDL PRO-HEALTH logo is in the bottom right corner.

CONTENIDO A+

El formato contenido A+ se ha trabajado con un enfoque de 5 bloques en un formato banner que se enlazan entre ellos para transmitir una imagen atractiva, homogénea y dinámica.

En el último banner se ha añadido información del producto en un módulo de tabla comparativa donde Amazon permite incluir información del producto con enlaces a la ficha directa para favorecer el cross selling entre la gama de productos.





BRAND STORY

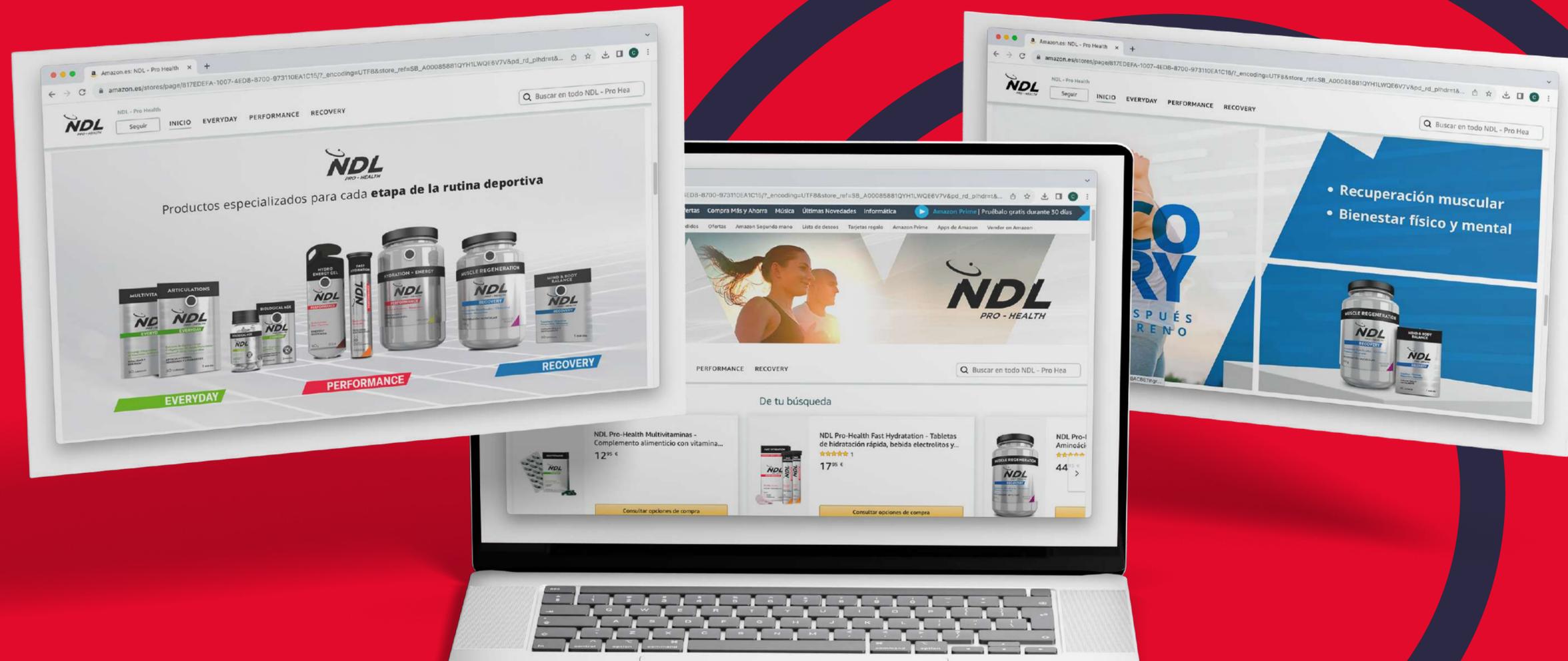
El formato brand story se ha diseñado con el objetivo de ofrecer en un carrusel horizontal de 17 imágenes los valores de marca, poner en valor la figura del deportista de élite y explicar los beneficios de cada una de las gamas de producto.

Con este formato queremos explicar los orígenes de la marca, sus valores, su historia y ofrecer de un solo vistazo toda la gama de productos para potenciar una compra de mayor ticket alto y el cross selling.

AMAZON STORE

Se ha trabajado la tienda de Amazon combinando el encaje de banners gráficos que transmitieran una imagen unificada, atractiva y una mejor experiencia de usuario con el encaje de módulos interactivos que nos permitan ofrecer una opción de compra rápida y sencilla al cliente.

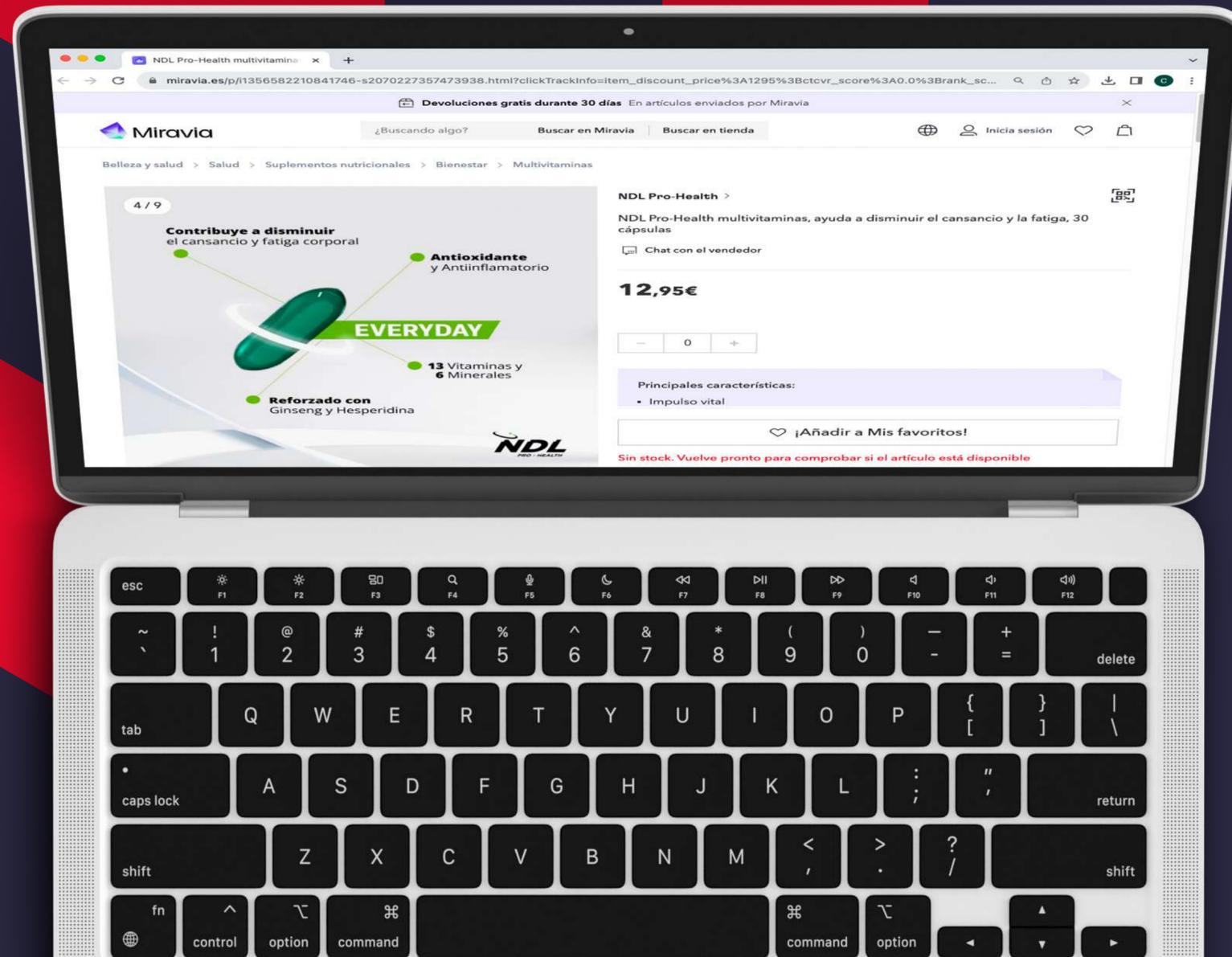
Se ha estructurado en las categorías principales de producto con una home que resume los valores de marca y engloba los diferentes beneficios y características de las distintas gamas de productos.





EXPANSIÓN A TRAVÉS DE MARKETPLACES

Actualmente la marca tiene presencia en Amazon; pero está en fase de expansión en otros marketplaces de gran notoriedad y especializados como Corte Inglés, Miravia o Promofarma.





Década[®]
Especialistas en Marketplaces

Somos la pieza que te hace falta para crecer en marketplaces
¿Estás preparado para transformar tu negocio?