

La historia de éxito de la estrategia de marketing de MediaMarkt por su 25 aniversario

- *Sorteos, experiencias, descuentos y colaboraciones son algunas de las acciones con las que la compañía ha celebrado su vigesimoquinto aniversario junto a equipo, clientes y proveedores*
- *Entre las acciones más novedosas de este aniversario destacan la fiesta en el Hotel RIU de Madrid, los códigos de descuento por valor de 156.000€ o 'La Manotón', el concurso para ganar un BMW X1*



Haz clic [aquí](#) para descargar más imágenes.

Barcelona, 9 de enero de 2025. – MediaMarkt, la compañía omnicanal líder en distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados, **cierra un año repleto de acciones impulsadas con motivo de su 25º aniversario** en España. Un spot, sorteos, promociones, eventos y colaboraciones con marcas, entre otras, han sido las acciones de marketing por las que MediaMarkt ha apostado para celebrar por todo lo alto junto a clientes y proveedores el cuarto de siglo desde su llegada al mercado español.

Marta Domínguez, Head of Marketing en MediaMarkt España, afirma que *“ha sido un año lleno de celebraciones y experiencias que nos han permitido acercarnos aún más a todos nuestros clientes y partners. Las acciones que hemos realizado con motivo de nuestro 25º aniversario nos han dado la oportunidad de rendir homenaje a nuestra trayectoria, pero también de entender que todo lo que hemos conseguido no hubiera sido posible sin todos ellos”*. Así, MediaMarkt cierra un año en el que ha logrado crear **experiencias inolvidables** a todos sus clientes y proveedores, consolidando su compromiso con la innovación y la atención de calidad.

Un recorrido por la evolución de la tecnología desde 1999

El pistoletazo de salida de este aniversario fue el lanzamiento de la campaña **'25 años siempre listos'**. Con un spot que refleja el desarrollo de la tecnología durante los últimos 25 años a través de la vida de una mujer, MediaMarkt quiso destacar cómo, desde su llegada a España en 1999, ha estado siempre al lado de las personas ofreciéndoles los productos tecnológicos más innovadores. El anuncio, que fue desarrollado por la agencia creativa After,

ponía en valor el papel de *partner* tecnológico que ha definido a MediaMarkt durante toda su trayectoria.

Precisamente fue la narrativa de este anuncio la que dio forma al gran evento de celebración que MediaMarkt organizó en abril en la planta 25 del **Hotel RIU de Madrid**. En un evento que contó con la presencia de representantes del equipo de MediaMarkt, así como proveedores, periodistas, influencers, actrices y artistas, el retailer tecnológico optó por organizar un recorrido exclusivo a través de **5 *experience rooms*** que reflejaban la evolución de la tecnología desde 1999 hasta la actualidad. En estas habitaciones se exponían algunos de los **productos, campañas y momentos más icónicos** para MediaMarkt. Para la sorpresa de todos los invitados, en pleno evento apareció **Estopa**, uno de los grupos más icónicos de la escena musical española que también ha cumplido 25 años este año y que ofreció un concierto en exclusiva a todos los allí presentes.

La compañía aprovechó el evento para anunciar una acción de lo más novedosa con motivo del aniversario: su **colaboración con MUNICH**. De forma conjunta, ambas marcas codiseñaron un polo en los colores corporativos para conmemorar los 25 años de presencia en el mercado español. Esta prenda de estilo deportivo *oversized* es la que, durante todo el año, han vestido los colaboradores de tienda. Para hacer partícipes también a los clientes, MediaMarkt puso en venta 100 unidades limitadas de esta prenda a través de sus canales online.

Descuentos y sorteos para clientes como muestra de agradecimiento

El éxito de esta larga trayectoria de MediaMarkt en España es gracias a los clientes que lo han hecho posible. Por esta razón, el retailer tecnológico ha querido mostrar su agradecimiento y celebrar su aniversario ofreciendo experiencias, descuentos y sorteos.

En primera instancia, trasladó las *experience rooms* a distintas tiendas físicas ubicadas en diversos puntos de la geografía española. De este modo, los clientes pudieron disfrutar en persona de una exposición que refleja a la perfección la rápida evolución de la tecnología y el acompañamiento de MediaMarkt en todo este tiempo. De forma simultánea, MediaMarkt también puso en marcha una campaña multicanal y multiformato con la que inundó secretamente redes sociales y diferentes localizaciones españolas **con códigos de descuento de 250€**. Con la colaboración de varios influencers tan conocidos como TheGrefg, esta acción despertó un gran interés y mucha curiosidad y, en solamente 24 horas, MediaMarkt regaló más de **156.000 euros en descuentos**.

Pero la cosa no acabó aquí, durante la Eurocopa 2024, MediaMarkt quiso mostrar su apoyo a la selección española a través del hashtag **#EIColorDeMediaMarkt**. Con esta iniciativa, la compañía invitaba a los usuarios de X a hacer un post con este hashtag siempre que los comentaristas mencionaran palabras como 'rojo', 'roja' o selección. Al realizarlo, participaban directamente en un sorteo en el que podían ganar premios tan atractivos como un televisor, un frigorífico, un altavoz inalámbrico o una tarjeta regalo valorada en 250€.

Un BMW X1 y premios por valor de 45.000 euros para los más afortunados

Finalmente, MediaMarkt celebró **'La Manotón'**, un concurso en el que 25 clientes competían por un BMW X1. En concreto, los participantes compitieron durante más de 13 horas manteniendo la mano pegada al vehículo y el último en levantarla se alzaría con el premio. Sin embargo, tras muchas horas de competición lidiando con tentaciones de parte de algunos *influencers* como TheGrefg, Javi Sancho o Mario Vaquerizo, los dos últimos participantes decidieron jugarse el coche con un decisivo 'piedra, papel o tijera'.

Otro de los eventos que tuvo lugar recientemente es **'El Gran Sinpa'**. En esta nueva edición, dos participantes elegidos mediante un sorteo tuvieron la oportunidad de demostrar su rapidez y agilidad para coger el máximo número de productos de MediaMarkt en un periodo de 90 segundos. Los dos afortunados consiguieron hacerse con más de **45 dispositivos valorados en 45.000€**. Además, los *youtubers* y *streamers* que dirigieron el evento, xBuyer y Lluna Clark, hicieron una segunda carrera y con los productos que consiguieron, realizaron un sorteo en sus redes sociales.

Un año para impulsar el consumo tecnológico sostenible y responsable

La estrategia BetterWay de MediaMarkt, que tiene como objetivo contribuir y afianzar la transformación del sector ofreciendo una experiencia más sostenible que actúe sobre el medioambiente, la circularidad y la sociedad, también ha sido protagonista en el año del 25 aniversario de la compañía. En el mes de julio, se sortearon 25 tarjetas regalo de 250€ entre los consumidores que adquirieron un producto con etiqueta BetterWay y posteriormente rellenaron el formulario habilitado para la ocasión.

Todas estas acciones realizadas a lo largo del año tuvieron un gran recibimiento por parte de los clientes y proveedores. A través de ellas, MediaMarkt no solamente ha conseguido liderar la conversación en sus redes sociales, incrementar la notoriedad de marca o llevar a cabo colaboraciones con marcas que se alinean con su visión y valores, sino que también ha logrado aumentar notablemente la fidelidad y satisfacción de sus públicos de interés.

SOBRE MEDIAMARKT ESPAÑA

MediaMarkt es la compañía líder en España y Europa en el sector de la distribución de electrónica de consumo y servicios relacionados. Integrada en MediaMarktSaturn Retail Group, cuenta con alrededor de 7.000 expertos en tecnología en España y está presente en todas las Comunidades Autónomas con 112 establecimientos, además de la tienda online y la APP. En el ámbito europeo, la compañía dispone de más de 1.000 puntos de venta ubicados en 11 países y una plantilla de 52.000 personas.

Tras 25 años operando en España, el éxito de MediaMarkt se basa en su adaptación constante a las nuevas tendencias de consumo, la gran variedad de servicios para el cliente, la experiencia de compra única y personalizada y el amplio surtido de productos de las mejores marcas a precios actualizados y competitivos. Todo ello, unido al equipo de profesionales orientados a la búsqueda de soluciones para los clientes y a una presencia publicitaria inconfundible.

Contactos de prensa

APPLE TREE – mediamarkt@appletree.agency – 933 184 669

- Àngels Garriga – ang@appletree.agency
- Alba Ruano – alr@appletree.agency
- Paula Velasco – pav@appletree.agency
- Carla González – cgo@appletree.agency