



Press Release

24 de Noviembre de 2016

¿Qué será lo que están tramando los bebés de todo el mundo?

WiPP Express presenta “La Conspiración de los Bebés”

La marca de detergentes de Henkel apuesta por el marketing de contenidos con el lanzamiento de la nueva campaña digital [La Conspiración de los Bebés](#), donde pone todo su énfasis en los bebés, para acercarse a su público más joven. La marca ha creado un nuevo vídeo, con un toque de humor e ironía, para descubrir si los padres de todo el mundo son víctimas de la Conspiración de los Bebés.

WiPP Express, una de las marcas más importantes e innovadoras dentro del sector de detergentes español, siempre consigue llamar la atención con sus novedades, como esta última campaña internacional basada en la relación entre las manchas difíciles y los bebés, con el objetivo de fortalecer su posicionamiento en manchas difíciles y acercarse a un público más joven.

La nueva campaña digital de la marca se centra en la recién estrenada página web www.babycomplot.wippexpress.es, donde el usuario encontrará un divertido vídeo en el que una mamá “detective” intentará desvelar el gran misterio detrás de la “**Conspiración de los Bebés**”. Sus “travesuras” llenan de amor las vidas de los padres, pero hay algo que tramán y que no quieren que sepan.

Si es verdad que los bebés vienen con un pan debajo del brazo, también es cierto que los padres se pasan mucho tiempo cambiando pañales y lidiando con todo tipo de manchas. Pero, ¿todas las manchas que hacen los bebés son coincidencia? Según la protagonista del vídeo, las coincidencias no existen y está claro que todos los bebés del mundo están compinchados. Todos manchan bajo un mismo patrón: no sólo atacan cuando menos te lo esperas, sino que también aprovechan para actuar cuando miras hacia otro lado. “*Y si te pones algo que te gusta, ¡intentarán ponértelo perdido!*”, asegura esta mamá mientras intenta descubrir el complot.

El lanzamiento de esta campaña digital, dirigida a un público objetivo más joven, se ha apoyado a través de distintas plataformas: YouTube, páginas web, acciones con medios de comunicación y redes sociales. El objetivo es reforzar el vínculo de la marca con un target formado por familias jóvenes con hijos pequeños y madres primerizas.

Neus Sanz, directora de marketing de Laundry & Home Care de Henkel Ibérica señala que, “*seguimos apostando por la creatividad en nuestras campañas y por la creación de contenidos que provoquen emociones. Los vídeos online se han convertido en una de las herramientas*



más eficaces para difundir los contenidos de marca, y más cuando se consigue que los usuarios los compartan, haciendo que se conviertan en “virales”. Además, esta campaña digital nos permite reafirmar nuestra fortaleza en manchas difíciles e incrementar la afinidad con nuestro público más joven”.

Sobre [Henkel](#)

Henkel opera en todo el mundo con un portfolio equilibrado y diversificado. La compañía cuenta con una posición de liderazgo en sus tres divisiones de negocio tanto en gran consumo como en industria gracias a sus fuertes marcas, innovaciones y tecnologías. Henkel Adhesive Technologies es el líder global en el mercado de adhesivos en todos los segmentos industriales en todo el mundo. Además, en la división de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel es también líder en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel acumula más de 140 años de éxito. En 2015, Henkel alcanzó un volumen de ventas de 18.100 millones de euros (20.100 billones de dólares) y un beneficio operativo depurado de 2.900 millones de euros (3.200 billones de dólares). Sus tres marcas de referencia, Persil (detergente), Schwarzkopf (cuidado capilar) y Loctite (adhesivo), generaron más de 6.000 millones de euros (cerca de 6.600 millones de dólares) en ventas. Henkel cuenta con cerca de 50.000 empleados en todo el mundo que integran un equipo diverso y apasionado bajo una sólida cultura corporativa y valores compartidos con un propósito común para crear valor sostenible. Como líder reconocido en sostenibilidad, Henkel figura en posiciones destacadas de varios índices y rankings internacionales. Las acciones preferentes de Henkel cotizan en el Índice Bursátil Alemán (DAX). Para más información por favor visite www.henkel.com

Material fotográfico disponible en <http://www.henkel.es/prensa-y-comunicacion>

Contacto: Burson-Marsteller
Francesca de La Rosa
Telf +34 93 201 10 28
Email Francesca.LaRosa@bm.com

Cristina Andreu
Telf +34 93 201 10 28
Email cristina.andreu@bm.com