

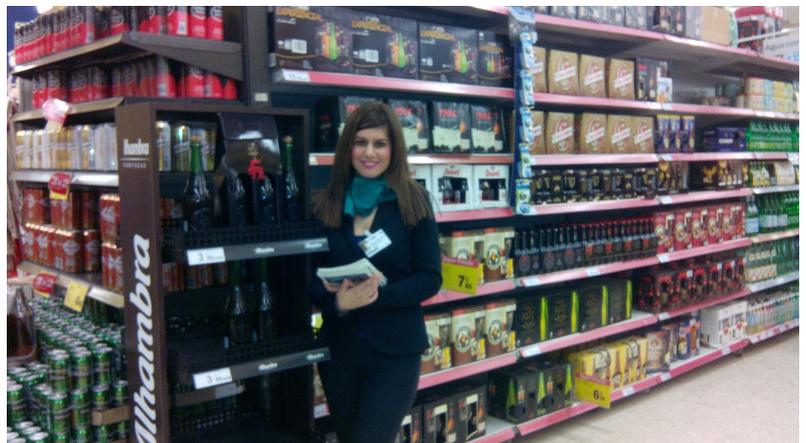
INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 09:00:55
TU NOMBRE	Cristina
PROVINCIA	CADIZ
LOCALIDAD	EL PUERTO DE SANTA MARIA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR PUERTO DE SANTA
FECHAS DEL INFORME	MARIA SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	16
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	26
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	32
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	El regalo que dan se lo podrían haber currado un poco más , me gustaría otro regalo.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Es una buena marca , soy comprador habitual de ella y tiene un sabor suave.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Me gusta porque es una cerveza con bastante calidad —precio.
% DE MUJERES COMPRADORAS	45
% DE HOMBRES COMPRADORES	55
% 18-25 AÑOS	5
% 26-35 AÑOS	30
% 36-50 AÑOS	45
% MAS DE 50 AÑOS	20
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[IMG_20141213_205110.jpg](#)



[IMG_20141213_205116.jpg](#)



[IMG_20141213_205154.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

El domingo a última hora se agotaron todas las botellas de 75cl, por lo demás todo normal pero los clientes piden otro tipo de regalos.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:47:37
TU NOMBRE	Ana Madueño Chacón
PROVINCIA	MADRID
LOCALIDAD	LAS ROZAS
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR EL PINAR
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	73
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	31
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	9
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	29
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	<ul style="list-style-type: none"> - La cubitera con las dos cervezas es un bonito detalle para Navidad. - Tanto las copas, como la cubitera, están pagadas de sobra en el precio. (Muy caro)
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Es de las mejores cervezas que conocen, y muchos de ellos, es la única marca que consumen.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	<ul style="list-style-type: none"> - Por el nuevo formato. - Para regalarlo en alguna cena o a algún familiar. (Motivo principal) - Simplemente porque es la marca que normalmente compran. - Algunos coleccionan las copas de las diferentes marcas de cerveza.
% DE MUJERES COMPRADORAS	35
% DE HOMBRES COMPRADORES	65
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	20
% 36-50 AÑOS	40
% MAS DE 50 AÑOS	40

TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO

ALTO

Fotos tuyas en el stand



[2014-12-12-1659.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

En algún momento me quedé sin stock de pack de 6+2copas.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:37:50
TU NOMBRE	Alicia María Medina Aponte
PROVINCIA	JAEN
LOCALIDAD	JAEN
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR JAEN
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN Nº)	28
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN Nº)	113
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN Nº)	5
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN Nº)	96
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Cerveza de buena calidad. No les gusta la botella de 75cc porque es mucha cantidad, la tienes que consumir entera porque sino pierde gas y porque consideran que es muy cara, el litro te sale más caro. Sobre el pack de 6 + 2 las copas de cristal (6,40 euros) muchos se llevan el pack de 6 sin copas (precio:5,05 euros) porque consideran que no regalan nada, las copas las pagan y dicen que no merece la pena.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	es una cerveza que está muy buena y dicen textualmente: "sube muy rápido" (por eso compran poca cantidad).
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Está muy buena
% DE MUJERES COMPRADORAS	30%
% DE HOMBRES COMPRADORES	70%
% 18-25 AÑOS	10%
% 26-35 AÑOS	10%
% 36-50 AÑOS	30%
% MAS DE 50 AÑOS	50%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	MUY ALTO

Fotos tuyas en el stand



[IMG_20141213_131819.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Todavía no tengo flyers para repartir a los clientes de carrefour.

Esta semana el pack de 12 ha costado 10,09 y el pack de 6 ha costado 5,05 euros, es por eso que mucha gente ha comprado dos pack de 6 en vez del de 12, porque costaba lo mismo.

He vendido además de lo especificado anteriormente:

- Pack de 6 sin copas: 128 unidades.
- Alhambra Especial 12x33: 5 paks.
- Alhambra sin alcohol 1 litro: 6.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:30:48
TU NOMBRE	VICTORIA GÓMEZ PÉREZ
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	SAN JUAN DE AZNALFARACHE
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR SAN JUAN DE AZNALFARACHE
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN Nº)	9
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN Nº)	56
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN Nº)	4
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN Nº)	33
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Los clientes por lo general agradecen que alhambra facilite en el centro una azafata que les explique las características de la cerveza y sobre todo les asesore a cerca de las ofertas disponibles de la marca. En relación a los estuches de 2 botellas de 75cl no les parece muy atractiva la promoción ya que la consideran cara y el formato de las botellas lo consideran demasiado grande. En cambio, las ofertas de los pack de 12 unidades y de 6 unidades con 2 copas de cristal lo consideran bastante atractivo y se venden con bastante aceptación.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Un porcentaje bastante alto en torno al 60% no habían probado nunca Alhambra Reserva 1925 por lo que no lo consumían y les gustaría que en futuras promociones se diera a degustar entre este sector de la población que aún no ha tenido la oportunidad de probarla. Entre este porcentaje se encontraba también clientes de la marca Cruzcampo que son reacios a cambiar de cerveza. Entre los clientes que sí conocían o que consumen habitualmente la marca Alhambra, la promoción la encontraban bien pero demandan mayores ofertas o regalos.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Los clientes en su mayoría decidían su compra por la oferta que encontraban en los pack de 12 unidades (botellas de 33cl les salían más baratas que comprando el pack de 6 unidades) o por el regalo de las dos copas de cristal del pack de 6 unidades(6,40€) aunque les costase 1€ más caro que comprando el pack de 6 unidades sin las copas (5,40€).
% DE MUJERES COMPRADORAS	25

% DE HOMBRES COMPRADORES 75

% 18-25 AÑOS 5

% 26-35 AÑOS 20

% 36-50 AÑOS 45

% MAS DE 50 AÑOS 30

TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO ALTO

Fotos tuyas en el stand



[20141213_144836.jpg](#)



[afluencia_cruzcampo.jpg](#)



[alhambra \(1\).jpg](#)



[alhambra \(2\).jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

VENTAS EXTRAS:

- PACK 6 UNIDADES : 12 vendidos
- PACK DE CATA EXPERIENCIAL: 1 vendidos

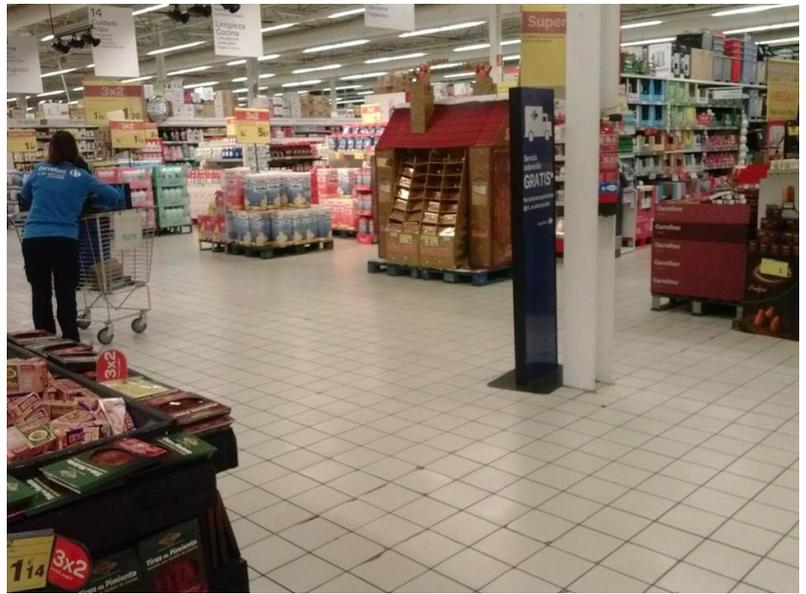
En el centro encontramos una competencia muy fuerte de la marca Cruzcampo recién elaborada con una promoción de gran impacto visual y atractiva para los clientes. Desarrollada en un stand de grandes dimensiones, donde una azafata y un camarero invitan a los clientes a degustar una cruzcampo recién elaborada y directamente tomada de un tirador. Además de esto Cruzcampo cuenta con grandes ofertas en el centro como el 3x2 entre otras tanto en su cerveza tradicional como en gran reserva.(SE ADJUNTA FOTOGRAFÍA DE AFLUENCIA JUNTO AL STAND DE CRUZCAMPO).



INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

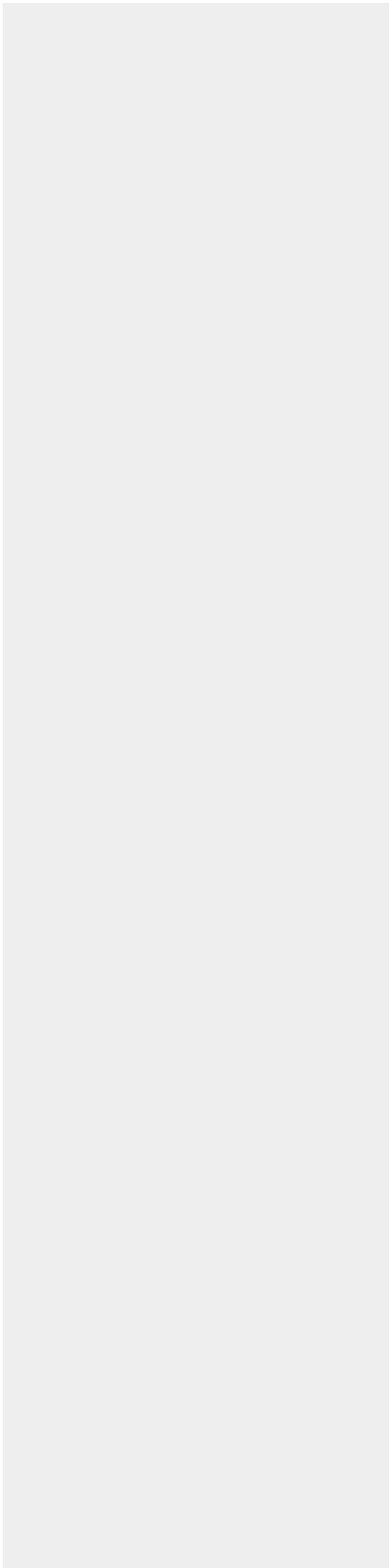
Submission Date	2014-12-15 00:23:35
TU NOMBRE	Clara Isabel Urquijo Ruiz
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	MONTEQUINTO
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR MONTEQUINTO
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	5
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	15
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	1
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Novedosa pero les gustaria degustaciones, puesto que hay gente que no la ha probado.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Precio excesivo
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Calidad
% DE MUJERES COMPRADORAS	10
% DE HOMBRES COMPRADORES	90
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	10
% 36-50 AÑOS	40
% MAS DE 50 AÑOS	60
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	BAJO

Fotos tuyas en el stand



[1.jpg](#)







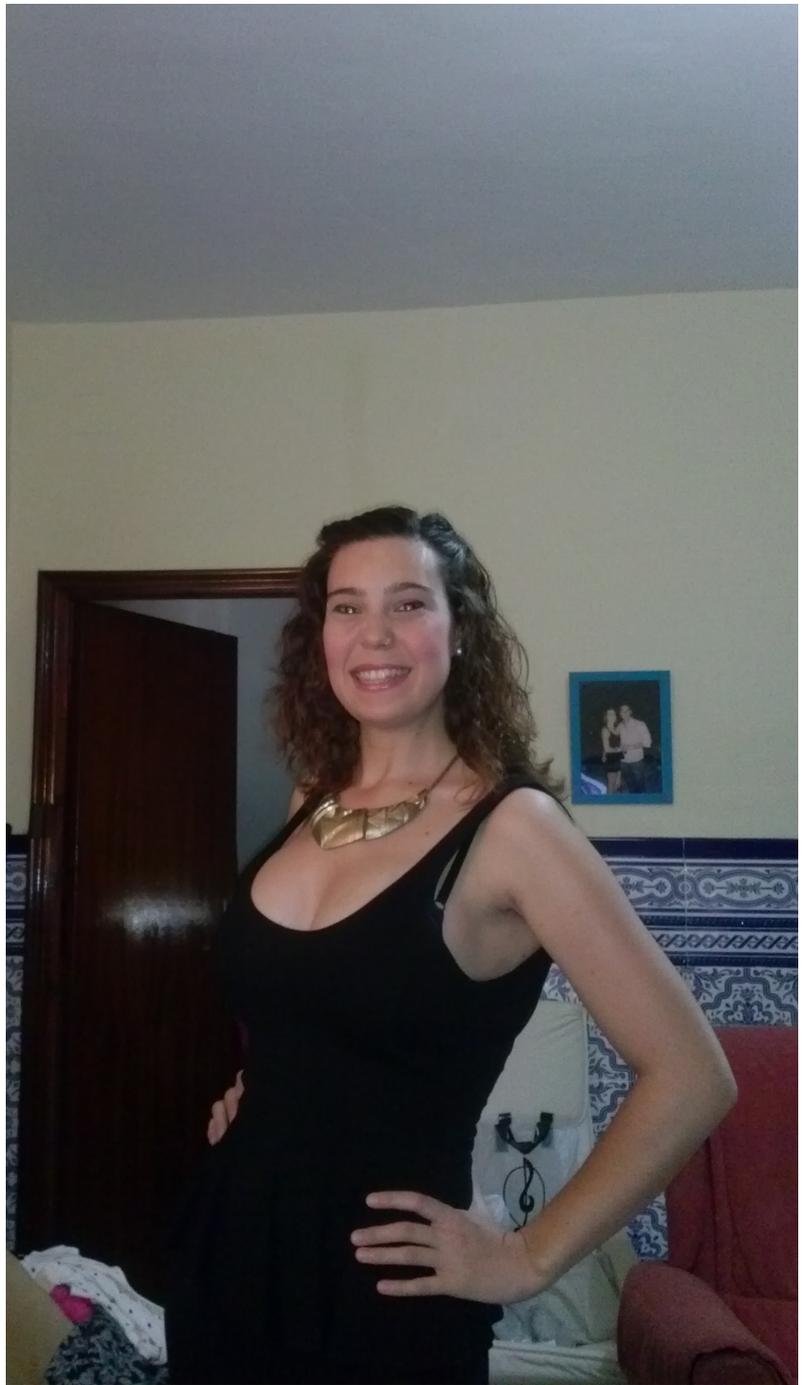
[2.JPG](#)



[2.jpg](#)



[3.jpg](#)



[6.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Muy poca gente, precio elevado del producto.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:12:04
TU NOMBRE	Ana Rivera Claro
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	SEVILLA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR SAN PABLO
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	12
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	26
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	23
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	0
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Los clientes comentan que la idea está muy bien para la navidad, la botella es bastante original y bonita, pero en su defecto... opinan que el precio de la botella es caro y por eso a veces optan por comprar una botella suelta y en caso de gustarle ir a por la compra del estuche. También me preguntan si regalamos algo con la promoción, que eso en cierto modo les motivaría para comprar el estuche, que les compensaría un poco por el precio.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	La mayoría de los clientes conocen la marca. Conocen que es una cerveza bastante buena y la consumen. Otros clientes me comentan que en Sevilla están habituados a la cruz campo y que va a ser difícil comprar otra cerveza que no sea esa.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Los clientes se deciden por la compra, por la originalidad del formato y la posibilidad de regalarla a algún familiar, es por ello que a veces compran una botella, me comentan que la prueban y en el caso de que les guste, vendrían a por un estuche para regalarlo a alguien.
% DE MUJERES COMPRADORAS	40%
% DE HOMBRES COMPRADORES	60%
% 18-25 AÑOS	0%
% 26-35 AÑOS	40%
% 36-50 AÑOS	30%
% MAS DE 50 AÑOS	30%

TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO

ALTO

Fotos tuyas en el stand



[20141129_173547.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Además de las ventas comentadas arriba, se han vendido también:
17 pack de 6 botellines sin 2 copas.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:07:13
TU NOMBRE	Delia Alburquerque Martinez
PROVINCIA	MURCIA
LOCALIDAD	MURCIA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR ATALAYAS
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	24
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	85
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	32
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	41
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	La botella de 75 cl les parece cara.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Les gusta la marca.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Estuches para regalo, y consumición propia.
% DE MUJERES COMPRADORAS	30
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	15
% 36-50 AÑOS	60
% MAS DE 50 AÑOS	25
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[IMG_20141212_195737.jpg](#)



[IMG_20141213_192508.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Se ha vendido también 1 pack de CATA EXPERIENCIAL.

El viernes tráfico normal de gente, sábado y domingo tráfico alto.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:05:29
TU NOMBRE	Ascensión Fernández Lora
PROVINCIA	CADIZ
LOCALIDAD	JEREZ DE LA FRONTERA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR JEREZ NORTE
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	0
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	2
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	15
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	18
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Buena calidad.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Muy buena calidad pero elevado precio.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Calidad
% DE MUJERES COMPRADORAS	30
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	10
% 36-50 AÑOS	30
% MAS DE 50 AÑOS	60
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[DSC_4897.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

- Packs de 6 sin copas vendidos: 5
- Domingo 14 de diciembre: regalo de un pack de 12 latas cruzcampo por compras superiores a 40 euros, debido a que se acabó el regalo inicial(langostinos).

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-15 00:01:15
TU NOMBRE	cristina carrero luque-romero
PROVINCIA	CADIZ
LOCALIDAD	LOS BARRIOS
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR LOS BARRIOS
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	8
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	130
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	4
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	10
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Muy contentos por el obsequio de las dos copas y el centro de mesa
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	muchos de los clientes prefieren cruz campo
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	su sabor
% DE MUJERES COMPRADORAS	20%
% DE HOMBRES COMPRADORES	80%
% 18-25 AÑOS	20%
% 26-35 AÑOS	60%
% 36-50 AÑOS	10%
% MAS DE 50 AÑOS	10%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[IMG_20141212_212225.jpg](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:57:46
TU NOMBRE	Gloria Soldado Alvarez
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	SEVILLA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR CAMAS
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	14
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	26
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	7
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	6
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	No damos degustaciones o algun tipo de regalo como copas o vasos.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	La suelen comprar, les gusta el sabor.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Algunos estuches se vendieron porque regale unas jarras de alhambra que sobraron en otra campaña, otras por llamar la atencion del cliente y convencerlo.
% DE MUJERES COMPRADORAS	30
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	20
% 36-50 AÑOS	70
% MAS DE 50 AÑOS	10
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[DSC_0855.JPG](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Muchos paks de 6 sin copas vendidos, mas de 20 y 3 cajas degustación experience de 12 botellines mahou. poca afluencia de público durante el fin de semana. Sifue siendo algo complicado la venta con la degustacion de cruzcampo al lado.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:57:20
TU NOMBRE	Ana Belén Ruiz Lara
PROVINCIA	MADRID
LOCALIDAD	MADRID
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR HORTALEZA 2 (DE VIERNES A DOMINGO)
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	58
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	7
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	2
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	3
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Les gusta mucho la cubitera, y las copas en los packs
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	la mayoría la conocen, y les gusta
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Conocer la cerveza, y los obsequios
% DE MUJERES COMPRADORAS	50
% DE HOMBRES COMPRADORES	50
% 18-25 AÑOS	10
% 26-35 AÑOS	40
% 36-50 AÑOS	40
% MAS DE 50 AÑOS	10
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[20141214_214415.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

los packs de 6 llegaron el domingo.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:55:29
TU NOMBRE	Ascensión Fernández Lora
PROVINCIA	CADIZ
LOCALIDAD	JEREZ DE LA FRONTERA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR JEREZ NORTE
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 3 (1-7 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	0
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	2
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	15
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	18
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Buena calidad.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Buena calidad pero precio elevado.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Calidad.
% DE MUJERES COMPRADORAS	30
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	10
% 36-50 AÑOS	30
% MAS DE 50 AÑOS	60
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[DSC_4897.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Regalo de un pack de 12 latas de cerveza cruzcampo el domingo 14 de diciembre por compra superiores a 40 euros, debido a que se agotaron los langostinos que se regalaban inicialmente.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:48:34
TU NOMBRE	Delia Alburquerque Martinez
PROVINCIA	MURCIA
LOCALIDAD	MURCIA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR ATALAYAS
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	24
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	85
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	18
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	41
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Botella 75 cl les parece cara.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Gusta mucho esta marca.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Estuches para regalar, para consumición propia.
% DE MUJERES COMPRADORAS	30
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	15
% 36-50 AÑOS	60
% MAS DE 50 AÑOS	25
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[IMG_20141212_195737.jpg](#)



[IMG_20141213_192508.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Viernes tráfico normal, sábado y domingo tráfico alto.

Además de los productos anteriores, he vendido 1 PACK DE CATA EXPERIENCIAL.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:37:08
TU NOMBRE	PAOLA ALFARO
PROVINCIA	MADRID
LOCALIDAD	ALCOBENDAS
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR ALCOBENDAS 2 (DE VIERNES A DOMINGO)
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	18
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	0
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	9
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	0
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	5
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	ORIGINAL
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	LES GUSTA
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	REGALO O CONSUMO PROPIO
% DE MUJERES COMPRADORAS	40%
% DE HOMBRES COMPRADORES	60%
% 18-25 AÑOS	10%
% 26-35 AÑOS	30%
% 36-50 AÑOS	30%
% MAS DE 50 AÑOS	30%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[2014-11-30 20.36.51.jpg](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:28:15
TU NOMBRE	Ana Rivera Claro
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	SEVILLA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR SAN PABLO
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	12
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	26
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	23
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	0
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Los clientes comentan que es una buena idea para estas navidades, que el formato de la botella es bastante original y queda muy bonita, pero... en su defecto, opinan que el precio de la botella es caro, y por eso optan más por comprarla suelta para probarla y no el estuche con dos botellas. Muchos de los clientes me preguntan que si regalamos algo con la promoción, que eso motivaría para comprar el estuche.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	La mayoría conocen la marca. Hay clientes que me comentan que les gusta bastante la cerveza, que la consumen pero prefieren el formato de 33 cL. Otros clientes me comentan que la conocen, pero que en Sevilla están habituados a la cruz campo y no quieren otra cerveza que no sea esa.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	La mayoría de los clientes optan por la compra porque ven la botella bastante original y bonita y quieren llevarla a casa, probarla y en el caso de que les guste, ir a comprar el estuche con 2 botellas.
% DE MUJERES COMPRADORAS	40%
% DE HOMBRES COMPRADORES	60%
% 18-25 AÑOS	0%
% 26-35 AÑOS	40%
% 36-50 AÑOS	30%
% MAS DE 50 AÑOS	30%

TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO

ALTO

Fotos tuyas en el stand



[20141129_173547.jpg](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:26:28
TU NOMBRE	cristina carrero luque-romero
PROVINCIA	CADIZ
LOCALIDAD	LOS BARRIOS
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR LOS BARRIOS
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	130
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	20
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	10
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Estan muy contentos sobre todo por el obsequio de las doa copas
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	muchos prefieren cruz campo
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	les gusta esa cerveza
% DE MUJERES COMPRADORAS	20%
% DE HOMBRES COMPRADORES	80%
% 18-25 AÑOS	20%
% 26-35 AÑOS	60%
% 36-50 AÑOS	10%
% MAS DE 50 AÑOS	10%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	MUY ALTO

Fotos tuyas en el stand



[IMG_20141212_212225.jpg](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:25:49
TU NOMBRE	VICTORIA GÓMEZ PÉREZ
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	SAN JUAN DE AZNALFARACHE
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR SAN JUAN DE AZNALFARACHE
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN Nº)	9
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN Nº)	56
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN Nº)	4
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN Nº)	33
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Los clientes por lo general agradecen que alhambra facilite en el centro una azafata que les explique las características de la cerveza y sobre todo les asesore a cerca de las ofertas disponibles de la marca. En relación a los estuches de 2 botellas de 75cl no les parece muy atractiva la promoción ya que la consideran cara y el formato de las botellas lo consideran demasiado grande. En cambio, las ofertas de los pack de 12 unidades y de 6 unidades con 2 copas de cristal lo consideran bastante atractivo y se venden con bastante aceptación.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Un porcentaje bastante alto en torno al 60% no habían probado nunca Alhambra Reserva 1925 por lo que no lo consumían y les gustaría que en futuras promociones se diera a degustar entre este sector de la población que aún no ha tenido la oportunidad de probarla. Entre este porcentaje se encontraba también clientes de la marca Cruzcampo que son reacios a cambiar de cerveza. Entre los clientes que sí conocían o que consumen habitualmente la marca Alhambra, la promoción la encontraban bien pero demandan mayores ofertas o regalos.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Los clientes en su mayoría decidían su compra por la oferta que encontraban en los pack de 12 unidades (botellas de 33cl les salían más baratas que comprando el pack de 6 unidades) o por el regalo de las dos copas de cristal del pack de 6 unidades (6,40€) aunque les costase 1€ más caro que comprando el pack de 6 unidades sin las copas (5,40€).
% DE MUJERES COMPRADORAS	25

% DE HOMBRES COMPRADORES 75

% 18-25 AÑOS 5

% 26-35 AÑOS 20

% 36-50 AÑOS 45

% MAS DE 50 AÑOS 30

TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO ALTO

Fotos tuyas en el stand



[20141213_144836.jpg](#)



[afluencia cruz campo.jpg](#)



[alhambra \(1\).jpg](#)



[alhambra \(2\).jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

La promoción tiene una competencia directa y muy fuerte en el centro con un stand de grandes dimensiones de la marca Cruzcampo recién elaborada, dónde se da a degustar y se venden botellines de elaboración instantánea a los clientes. (Se adjunta una foto dónde se puede ver la afluencia del público en el stand de Cruzcampo). Además, de ésto la competencia cuenta con ofertas muy atractivas para los clientes como 3x2 tanto el cruzcampo tradicional como en cruzcampo gran reserva.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 23:22:11
TU NOMBRE	MARINA RAMIREZ GONZALEZ
PROVINCIA	MALAGA
LOCALIDAD	EL RINCON DE LA VICTORIA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR EL RINCON
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	0
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	6
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	61
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	17
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	99
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Muy apropiado para estas fechas.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Buena marca.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Cenas de empresa y amigos.
% DE MUJERES COMPRADORAS	50
% DE HOMBRES COMPRADORES	50
% 18-25 AÑOS	20
% 26-35 AÑOS	30
% 36-50 AÑOS	30
% MAS DE 50 AÑOS	20
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[10500546_584784451665855_4559119681244187726_n.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Vendí todas las botellas de 75cl y el viernes 12 y sábado 13 no me las repusieron.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 22:40:16
TU NOMBRE	Estefany Murillo Orosco
PROVINCIA	VALENCIA
LOCALIDAD	BARBERA DEL VALLES
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR XIRIVELLA
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	42
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	34
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	7
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	28
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	A los compradores les parece una idea original, por la botella y el regalo. En contra, a algunos el tamaño les parece excesivo tanto de la botella como de la cubitera. En general las opiniones son positivas. Las copas les parecen muy bonitas.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Los principales compradores ya conocen la marca y han comprado o compran regularmente la cerveza. En general las opiniones respecto a sabor son buenas. La mayoría de comentarios son que Alhambra es una buena cerveza.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Los principales motivos son: la cerveza, o bien la han probado y les gusta o bien la suelen comprar. Por otro lado la originalidad de los presentes. Bien deciden llevarla para casa o bien como regalo a un amigo o familiar.
% DE MUJERES COMPRADORAS	20
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	20
% 26-35 AÑOS	30
% 36-50 AÑOS	50
% MAS DE 50 AÑOS	15
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[la foto 3.JPG](#)



[la foto 2.JPG](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 20:37:44
TU NOMBRE	Teresa Torero
PROVINCIA	MADRID
LOCALIDAD	MADRID
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR HORTALEZA 1 (DE LUNES A JUEVES)
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	48
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	0
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	7
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	12
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Les encanta la cubitera y la oferta de los packs con las copas de regalo.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Alhambra gran reserva es una de sus favoritas en cervezas.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Les gusta la cubitera, y las copas.
% DE MUJERES COMPRADORAS	50
% DE HOMBRES COMPRADORES	50
% 18-25 AÑOS	10
% 26-35 AÑOS	20
% 36-50 AÑOS	40
% MAS DE 50 AÑOS	30
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand

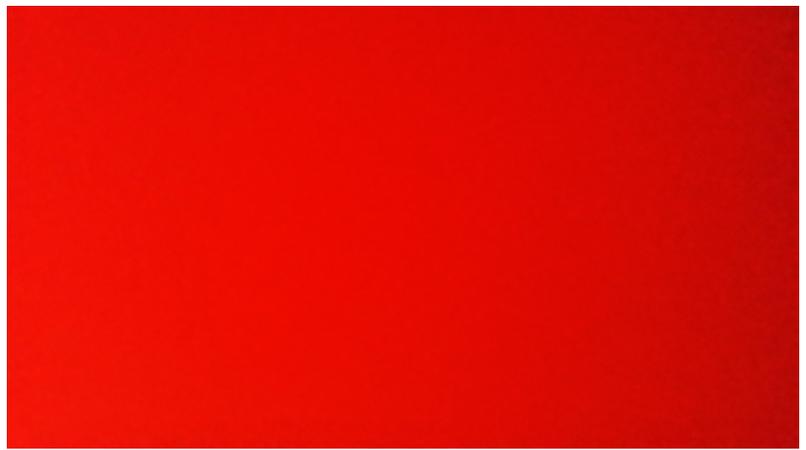
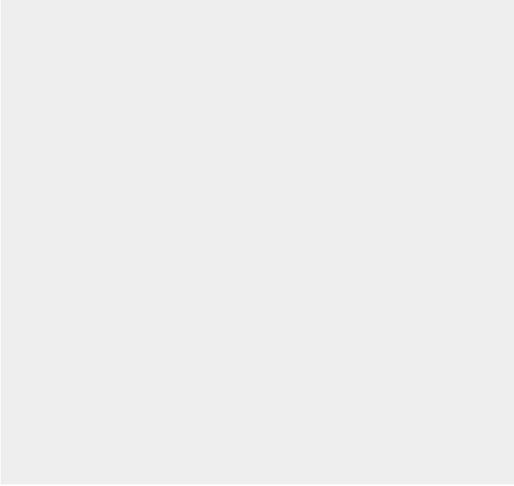


[la foto.JPG](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 19:18:11
TU NOMBRE	Mercedes Márquez Sánchez
PROVINCIA	HUELVA
LOCALIDAD	HUELVA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR HUELVA
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	4
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	24
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	6
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	14
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Opinan que la botella es demasiado grande para una sola persona. Muchos de ellos la han obviado pensando que era champán.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Contentos de que sea la única lata que trae protector. La opinion es muy buena .
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	El estuche (Comparado con los que tengo cerca) les parece pobre y que no oferta nada. Aún asi , em principal motivo de decisión es el precio.
% DE MUJERES COMPRADORAS	10
% DE HOMBRES COMPRADORES	90
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	10
% 36-50 AÑOS	10
% MAS DE 50 AÑOS	80
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[20141214_191157.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

El representante tiene fotos mias en el stand.

La página desde el primer informe no me permite subirla.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 18:16:26
TU NOMBRE	Rocío Oceja Merino
PROVINCIA	CANTABRIA
LOCALIDAD	SANTANDER
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR SANTANDER
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	16
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	21
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	0
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	<p>Réplicas muy comunes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La botella es demasiado grande. - Nosotros preferimos regalar vino. - En la mesa en navidad bebemos vino, cava, etc... - En general los bebedores de la marca prefieren el pack de 6. - En general la botella se aprecia bastante. Atrae, pero muchos no saben que es cerveza, piensan que es sidra u otra cosa y en esos casos nadie se lo ha llevado; no les gusta la cerveza. - Algunos creen que es buena idea para tener en la mesa, preguntan precio y hasta cuando esta la promoción, pensado en llevarlo para nochebuena/nochevieja. No sabría decir cuántos lo dicen de verdad. Aunque varios me han preguntado concretamente si estará algún día x, y parecía que tenían intención de compra.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	<p>En general los que la conocen les gusta. Muy pocos que la conozcan han dicho que no les gusta. Entre los que parecen mas entendidos de cerveza o la compran (con preferencia del pack de 6) o tienen otra marca preferida u otro tipo de cerveza; tostada, negra...</p>
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	<p>La botella de 75 cl y el estuche lo compran por tres motivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regalo - Para las comidas/cenas navideñas, ya que luce más la botella. - Pocos porque tienen bodega, hacen colección y les gusta la botella (2).
% DE MUJERES COMPRADORAS	31,25
% DE HOMBRES COMPRADORES	68,75

% 18-25 AÑOS	7,5
% 26-35 AÑOS	15
% 36-50 AÑOS	60
% MAS DE 50 AÑOS	17,5
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[12 DIC. Rocío Oceja. Carrefour Santander.JPG](#)



[13 DIC. Rocío Oceja. Carrefour Santander.JPG](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

En el centro comercial de Carrefour comentar que mi primer día, el 12, no se encontraban al principio la gaceta de Alhambra y ese día no se encontraron más botellas que las que ya estaban fuera. Además los estuches que ya estaban hechos estaban mal hechos.

En cuanto a compra de hombres y mujeres: en muchos casos la compra la han realizado parejas; algunas veces está claro si el interesado era el hombre o la mujer, pero en bastantes ocasiones no.

Por si os interesa os comento un poco la localización del stand y puntos de venta de la alhambra reserva 1925. En cuanto a la colocación del stand, no está a la cabeza del lineal. Es decir que no da al pasillo grande. Está en un hueco en una fila, el espacio no es muy ancho así que cuando alguien pasa con un carrito pues no hay espacio si estoy hablando con alguien y nos tenemos que mover. La fila de estanterías a un lado es de agua, y justo a la altura del otro lado en ese hueco se encuentran las cervezas sin alcohol. Aun así ese es el pasillo de cerveza así que la gente probablemente interesada pasa. No obstante las cervezas de calidad se encuentran al final de ese pasillo. Y la promoción del pack de 6 de reserva 1925 con vaso se

encuentra a la cabeza del lineal de la fila de estantería de agua, así que algunos no llegan a entrar. Cuando salgo fuera tengo que llevar a la gente hasta el stand.

El problema que veo es que hay 4 puntos donde se vende la alhambra 1925; una está cerca del stand. El otro es un expositor pequeño de la promoción en la zona de vinos y bebidas de alta graduación al que no voy mucho porque no están interesados en la cerveza. Pero el otro está en la cabeza de la fila de estanterías de agua y zumos que da al pasillo grande, ahí se encuentra el pack de 6 con vaso y el precio grande en un cartel. Me voy moviendo pero al final vendo los estuches mejor en el stand y hay gente, bebedores de alhambra reserva 1925, que no llegan a pasar por el pasillo porque ya han cogido el pack fuera. Además, gente que pasee por el centro en épocas más cercanas a navidad, que tengan que hacer regalos pero no vayan buscando nada específico, si no se meten por el pasillo de cerveza, no ven la promoción. Puse en la zona de promoción del pack de 6 un par de estuches y una botella con panfletos pero no luce lo mismo, no viene el precio y al final allí no he vendido nada, los tengo que meter al stand. Peor algunos sí que han venido porque han visto allí la botella.

Espero que os sirva la información.
Saludos,
Rocío Oceja Merino

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 17:41:30
TU NOMBRE	SARAY GARCIA MARTIN
PROVINCIA	ALICANTE
LOCALIDAD	SAN JUAN DE ALICANTE
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR SAN JUAN
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	18
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	37
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	40
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	30
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	-MUCHA ELEGANCIA -CERVEZA EXQUISITA -ASOMBRO POR EL FORMATO DE LA BOTELLA -IDEAL PARA REGALAR POR NAVIDAD
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	-MARCA PRESTIGIOSA -LA MEJOR CERVEZA -MUCHOS GRADOS DE ALCOHOL
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	-SE SIEN EN IDENTIFICADOS CON GRANADA -NO ES CARA PARA LO BUENA QUE ES
% DE MUJERES COMPRADORAS	30
% DE HOMBRES COMPRADORES	70
% 18-25 AÑOS	10
% 26-35 AÑOS	20
% 36-50 AÑOS	30
% MAS DE 50 AÑOS	40
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[CAJA CERVEZA ALAMBRA ADORNO.jpg](#)



[FOTO ALAMBRA.jpg](#)



[FOTO2 ALMABRA.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

- No me dan un lugar para colocar mis pertenencias

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 16:52:18
TU NOMBRE	ALBA CORRAL
PROVINCIA	BARCELONA
LOCALIDAD	EL PRAT DE LLOBREGAT
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR EL PRAT
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	25
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	9
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	17
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	3
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	30
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Es una campaña ingeniosa
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Que es una buena marca
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Para hacer un detalle ahora en navidades y para compromisos.
% DE MUJERES COMPRADORAS	35%
% DE HOMBRES COMPRADORES	65%
% 18-25 AÑOS	10%
% 26-35 AÑOS	20%
% 36-50 AÑOS	45%
% MAS DE 50 AÑOS	25%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

LAS 4 MEJORES FORMAS DE ANUDAR UNA CORBATA

Windsor



Se atribuye este nudo a Eduardo VIII que comenzó a utilizarlo en los años treinta. Es un nudo triangular, más grueso y con más cuerpo que los normales. Se adapta mejor a los cuellos de las camisas con puntas abiertas. Muy utilizado en el norte de la India, España, y países americanos.



Medio Windsor



El favorito de Freud. Es una alternativa al Windsor simple, con corbatas estrechas, para obtener un nudo con cuerpo pero menos alargado, con una sutil diferencia: se le debe dar a la corbata sólo medio giro menos. Como el Windsor, se adapta mejor a la seda y conviene evitarlo en las corbatas de punto.



Nicky



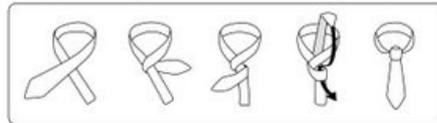
El preferido de un experto: Ernesto Curami, de la tienda de corbatas Nicky, en Milán. Fácil de hacer y la tela se estropea menos. Se trata de un "medio Windsor inverso" que consigue una forma y un volumen similar. El mejor nudo para obtener más cuerpo en una corbata no tan larga como para hacer un Windsor tradicional.



Inglés



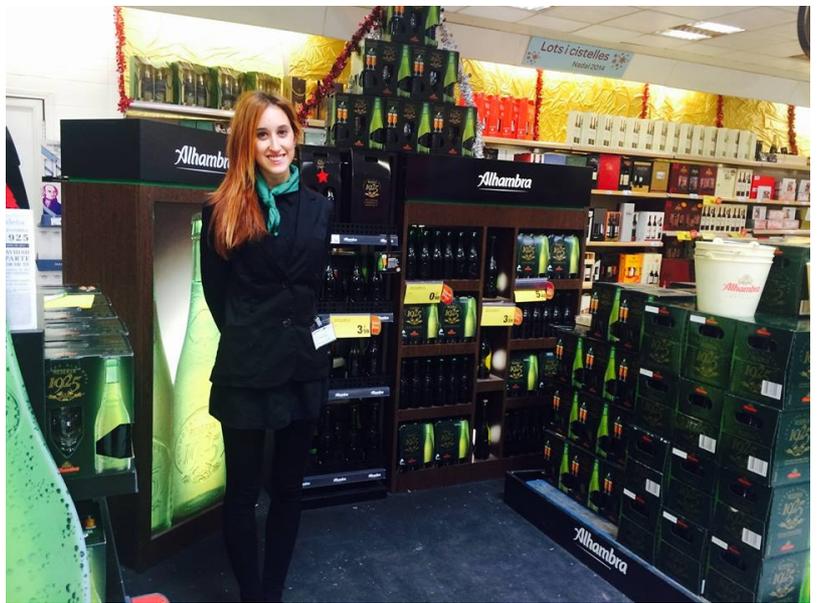
Es el símbolo de la clase aristocrática británica. Fue el nudo de los militares más famosos. Muy de moda en Europa y Estados Unidos, desde los años 30 a los 50. Discreto, conservador y clásico, con una propiedad importante: va bien con todo. Para obtener un buen nudo, la medida no debe ser superior a 6 o 7 cm. Ideal para corbatas de punto.



**DISEÑAMOS Y PRODUCIMOS
CORBATAS Y PAÑUELOS CORPORATIVOS
PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES**

C/ Periodista Azzati, 7 • 46002 Valencia • Tel. 963 523 337
C/ La Paz, 37 • 46003 Valencia • Tel./Fax 963 518 414

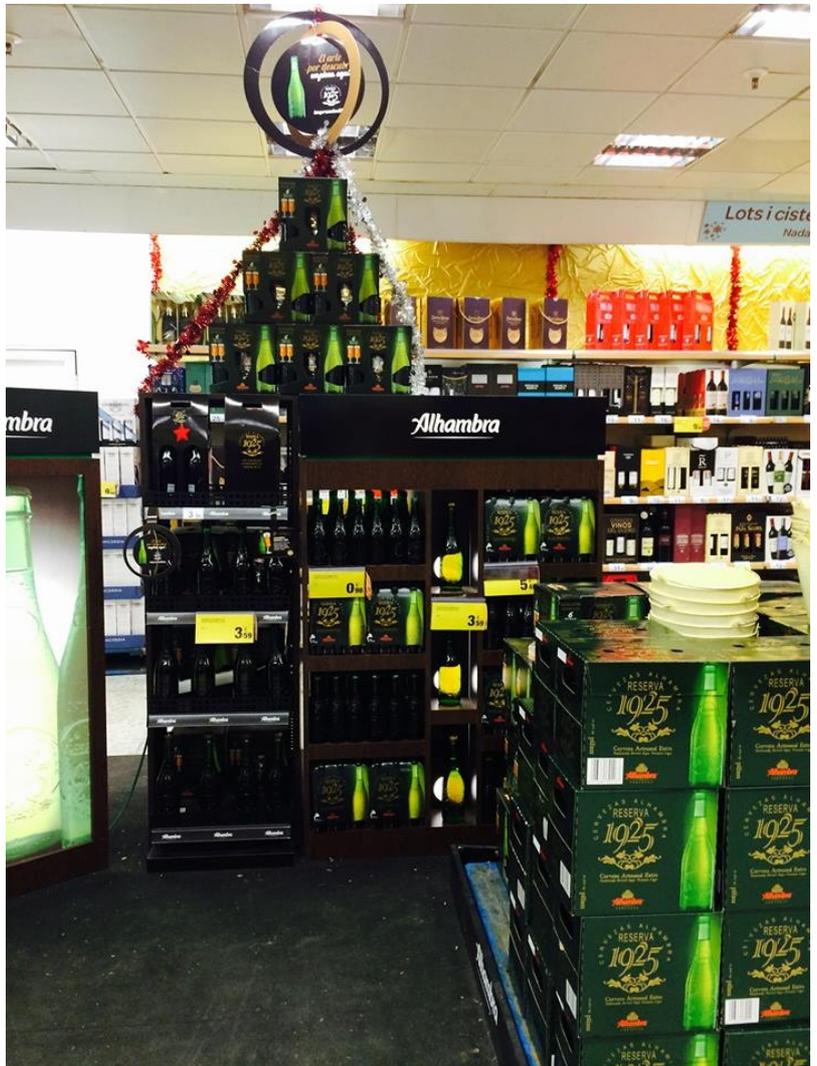
[00nudos.0.jpg](#)



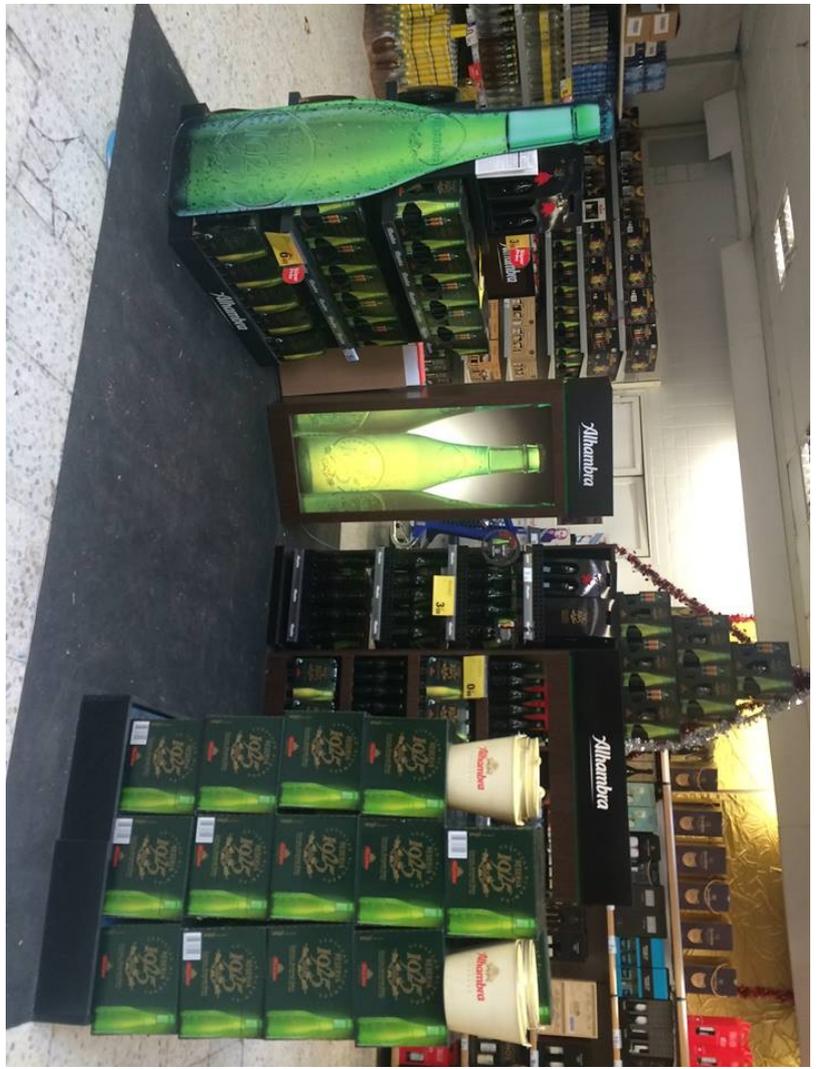
[10364220_497035737103728_4268437369803445535_n.jpg](#)



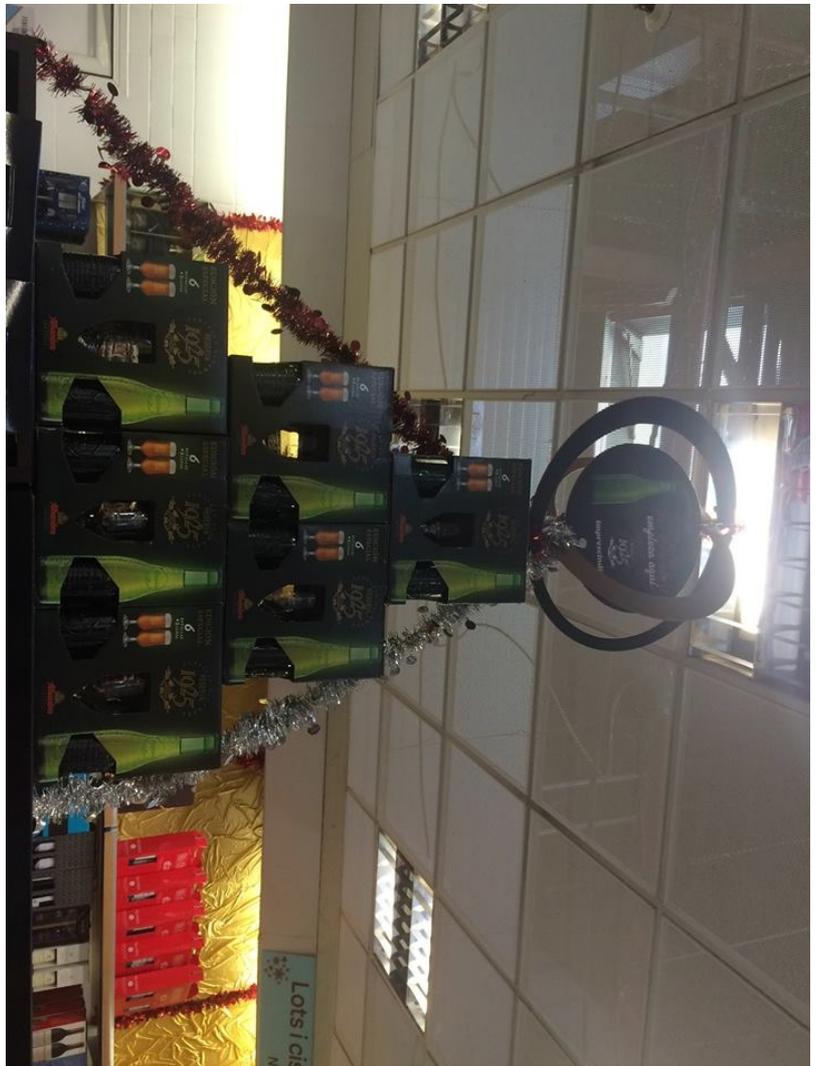
[10393755_497035740437061_3644026943904803256_n.jpg](#)



[10404193_497035733770395_6268762419657272071_n.jpg](#)



[10805843_497035730437062_453871941893731961_n.jpg](#)



[1503428_497035747103727_946026925261906075_n.jpg](#)

[PRODUCTO alhambra.docx](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Esta ultima semana no ha habido ninguna incidencia. Os adjunto un archivo detallado donde estan todas las ventas y el trafico de gente etc. He tenido una muy buena experiencia con esta campaña. Solo destacar que carrefour no hace mucho por ayudar en las promociones que en el se hacen, ya que en tema precios y carteleria no se mueven mucho, por no hablar de la ubicacion del stand. Por lo demas muchas gracias a vosotros y por contar conmigo. Un saludo cordial

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 14:17:09
TU NOMBRE	Estefania Guerra Gomez
PROVINCIA	ASTURIAS
LOCALIDAD	AVILES
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR PARQUE ASTUR
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	0
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	19
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	27
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	0
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	4
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Los compradores esta semana se llevaron el producto convencidos de su calidad y buen sabor.La mayoría era ya consumidor habitual de Alambra 1925.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	La opinión es muy positiva en general..aunque en la promoción echan de menos 1 bajada de precios!!
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	La gran mayoría de compradores es consumidor habitual!!!los que no lo eran..compraron X el atractivo del estuche y el respaldo de la marca!!
% DE MUJERES COMPRADORAS	10%
% DE HOMBRES COMPRADORES	80%
% 18-25 AÑOS	20
% 26-35 AÑOS	20
% 36-50 AÑOS	50
% MAS DE 50 AÑOS	10
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 13:09:21
TU NOMBRE	Alba Rueda Brenes
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	SEVILLA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR MACARENA
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	0
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	2
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	17
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	1
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	0
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	<p>Aquellos que no han probado cerveza Alhambra no se animan a comprarla porque me dicen que es cara.</p> <p>Los clientes me transmiten la originalidad del estuche pero, sin embargo, la botella de 75 cl les parece demasiado grande.</p>
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	<p>Casi la unanimidad se queja del precio, el cual les parece elevado.</p> <p>Aquellos que la compran dicen ser amantes de la cerveza y afirman que cerveza Alhambra es de gran calidad y con superioridad en sabor a muchas otras cervezas.</p>
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	El sabor y cuerpo de la cerveza.
% DE MUJERES COMPRADORAS	0%
% DE HOMBRES COMPRADORES	100%
% 18-25 AÑOS	0%
% 26-35 AÑOS	20%
% 36-50 AÑOS	0%
% MAS DE 50 AÑOS	80%

TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO

ALTO

Fotos tuyas en el stand



[image-14-12-14-12-55.jpeg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

El perfil del comprador de cerveza Alhambra en mi centro es siempre el mismo: hombre de unos cuarenta años que dice ser fiel a una buena cerveza y que prefiere cerveza Alhambra a otras de menor grado, cuerpo o sabor menos intenso.

Al resto del público, sobre todo a familias jóvenes, es muy complicado animarles a que compren el producto ya que piensan que es muy caro y se aleja mucho de su presupuesto.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-14 10:39:59
TU NOMBRE	ANA REMEDIOS PEINADO RODRÍGUEZ
PROVINCIA	SEVILLA
LOCALIDAD	DOS HERMANAS
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR DOS HERMANAS
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	7
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	65
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN N°)	5
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	3
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	A los clientes les atrae más la promoción de los packs de 6 con las dos copas, por el hecho de que les regalan algo. A pesar de ello, les atrae mucho la botella de 75 cl, por el formato novedoso que tiene, pero la mayoría prefiere la comodidad de la botella de 33cl.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Todos los compradores, así como las personas que pasaban por el stan, ya conocían la marca y la tienen como una de las mejores cervezas que existen ahora mismo en el mercado.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	La cerveza en sí, y el estuche con las 2 copas, es una promoción que atrae mucho. Los que se han decantado por comprar el estuche y las botellas de 75 cl, ha sido para regalarlo en estas fechas.
% DE MUJERES COMPRADORAS	25%
% DE HOMBRES COMPRADORES	75%
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	60%
% 36-50 AÑOS	25%
% MAS DE 50 AÑOS	15%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[azafata 3.JPG](#)

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-13 23:48:21
TU NOMBRE	Maria Isabel Lázaro Sánchez
PROVINCIA	GRANADA
LOCALIDAD	GRANADA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR ARMILLA
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN Nº)	0
VENTAS DE ESTUCHES (EN Nº)	45
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN Nº)	60
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN Nº)	30
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN Nº)	80
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Originalidad del envase Edición especial y navideña
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Marca popular y conocida Amplia gama de productos
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Posibilidad de regalar el envase Comodidad del envase
% DE MUJERES COMPRADORAS	20
% DE HOMBRES COMPRADORES	80
% 18-25 AÑOS	10
% 26-35 AÑOS	30
% 36-50 AÑOS	30
% MAS DE 50 AÑOS	30
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



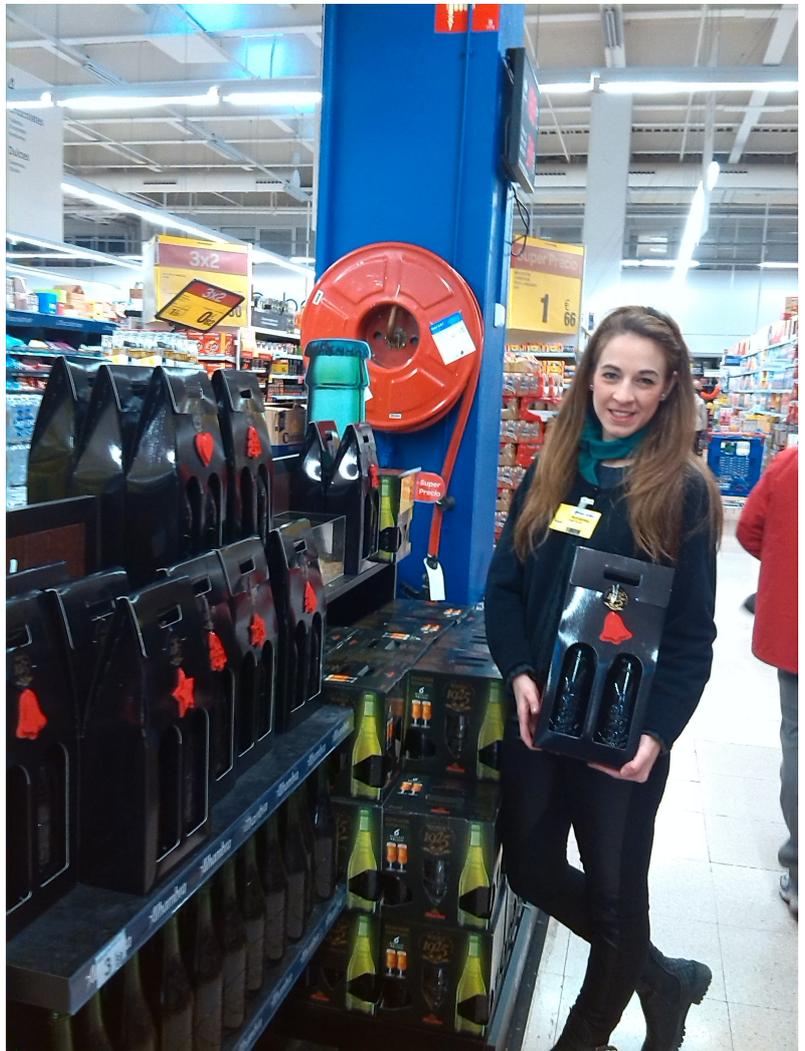
[IMG_20141208_203943.jpg](#)



[IMG_20141208_204141.jpg](#)



[IMG_20141213_121702.jpg](#)



[IMG_20141213_121731.jpg](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

Todo se ha desarrollado correctamente
Existencias agotadas

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-13 16:23:05
TU NOMBRE	ANA GARCIA NEVADO
PROVINCIA	MADRID
LOCALIDAD	ALCOBENDAS
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR ALCOBENDAS 1 (DE LUNES A JUEVES)
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE CUBITERAS (EN N°)	39
VENTAS DE ESTUCHES (EN N°)	1
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN N°)	8
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUeltas (EN N°)	0
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN N°)	0
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	PIENSAN QUE ES MUY ORIGINAL EL FORMATO DE BOTELLA, ADEMÁS OPINAN QUE LA CUBITERA ES MUY PRÁCTICA Y BUENA PARA REGALO.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	LA MAYORÍA ADMIRA EL SABOR DE LA CERVEZA ALHAMBRA.
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	BUEN REGALO ECONÓMICO O ENCUENTRAN MUY PRÁCTICA LA CUBITERA.
% DE MUJERES COMPRADORAS	70
% DE HOMBRES COMPRADORES	30
% 18-25 AÑOS	0
% 26-35 AÑOS	3
% 36-50 AÑOS	17
% MAS DE 50 AÑOS	80
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	NORMAL

Fotos tuyas en el stand



[IMG_6676.JPG](#)

COMENTARIOS O INCIDENCIAS

TARDAN MUCHO EN REPONER LA CERVEZA EN ESTE CARREFOUR. ADEMÁS A VECES HAY PROBLEMAS CON LA APERTURA DEL ALMACÉN.

INFORME CAMPAÑA PROMOCION CERVEZAS ALHAMBRA

Submission Date	2014-12-12 00:32:16
TU NOMBRE	Victoria Álvarez
PROVINCIA	MADRID
LOCALIDAD	MAJADAHONDA
NOMBRE DEL CENTRO	CARREFOUR MAJADAHONDA
FECHAS DEL INFORME	SEMANA 4 (8-14 DIC)
VENTAS DE ESTUCHES (EN Nº)	26
VENTAS DE PACKS DE 6 + 2 COPAS DE REGALO (EN Nº)	14
VENTAS DE BOTELLAS DE 75CL SUELTAS (EN Nº)	8
VENTAS DE PACKS DE 12 (EN Nº)	20
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA CAMPAÑA	Muy buena presentación y la botella súper bonita.
PRINCIPALES OPINIONES DE LOS COMPRADORES SOBRE LA MARCA	Muy buena cerveza
MOTIVOS DE LOS COMPRADORES PARA DECIDIR LA COMPRA	Esta muy bien para regalar por Navidad
% DE MUJERES COMPRADORAS	50%
% DE HOMBRES COMPRADORES	50%
% 18-25 AÑOS	0%
% 26-35 AÑOS	15%
% 36-50 AÑOS	75%
% MAS DE 50 AÑOS	10%
TRAFICO DE GENTE EN EL CENTRO	ALTO

Fotos tuyas en el stand



[image.jpg](#)