

Aquí hablan

Millennials y Gen Z

código nuevo

01

Contexto

Línea editorial

Nuestros datos

Casos de éxito del medio

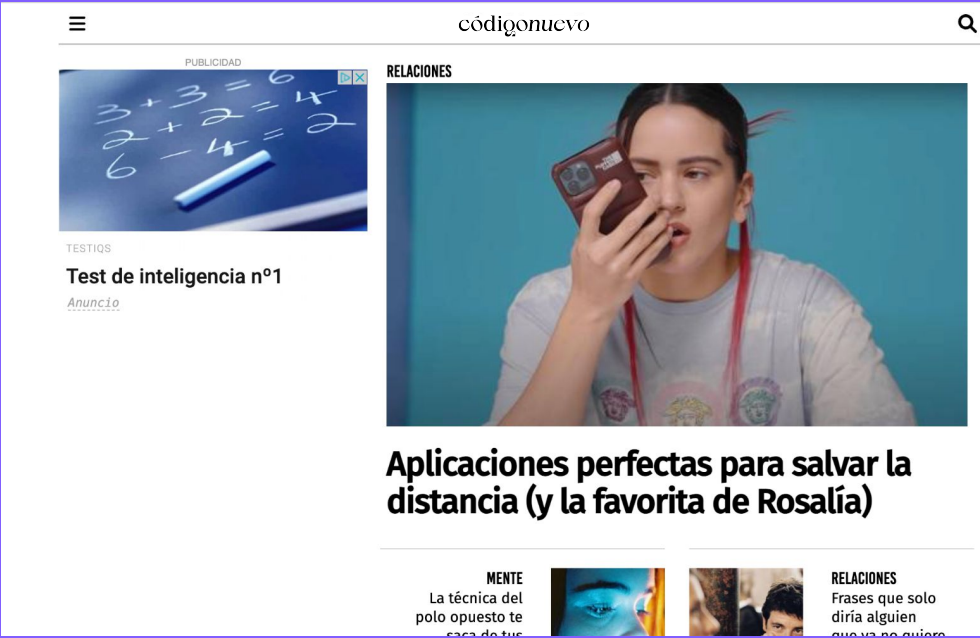
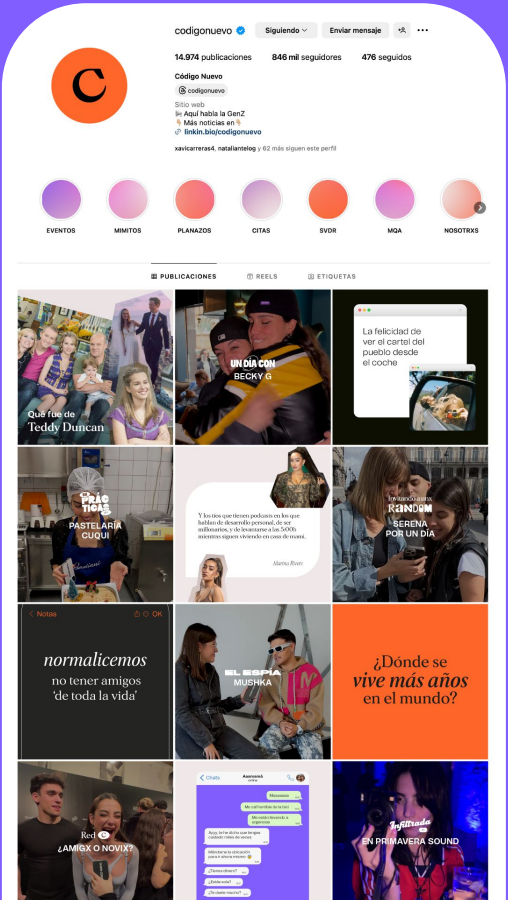
Casos de éxito como agencia

¿Qué es lo primero
que haces al levantarte?





¿Y lo último?





Los millennials y los zetas hemos pasado de querer cambiar el mundo con una startup, a **cambiarlo a través de**

la empatía

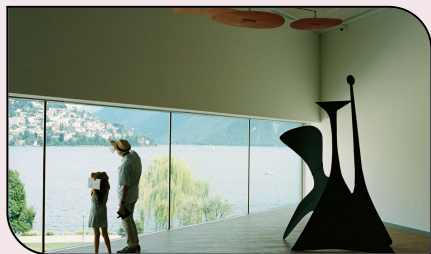
cuidar nuestras emociones

y dejar de consumir tanto para consumir mejor



Somos la respuesta a su necesidad

Y en Códigonuevo les acompañamos en su crecimiento personal con información y entretenimiento.



NO OBSTANTE...

El mundo ha cambiado

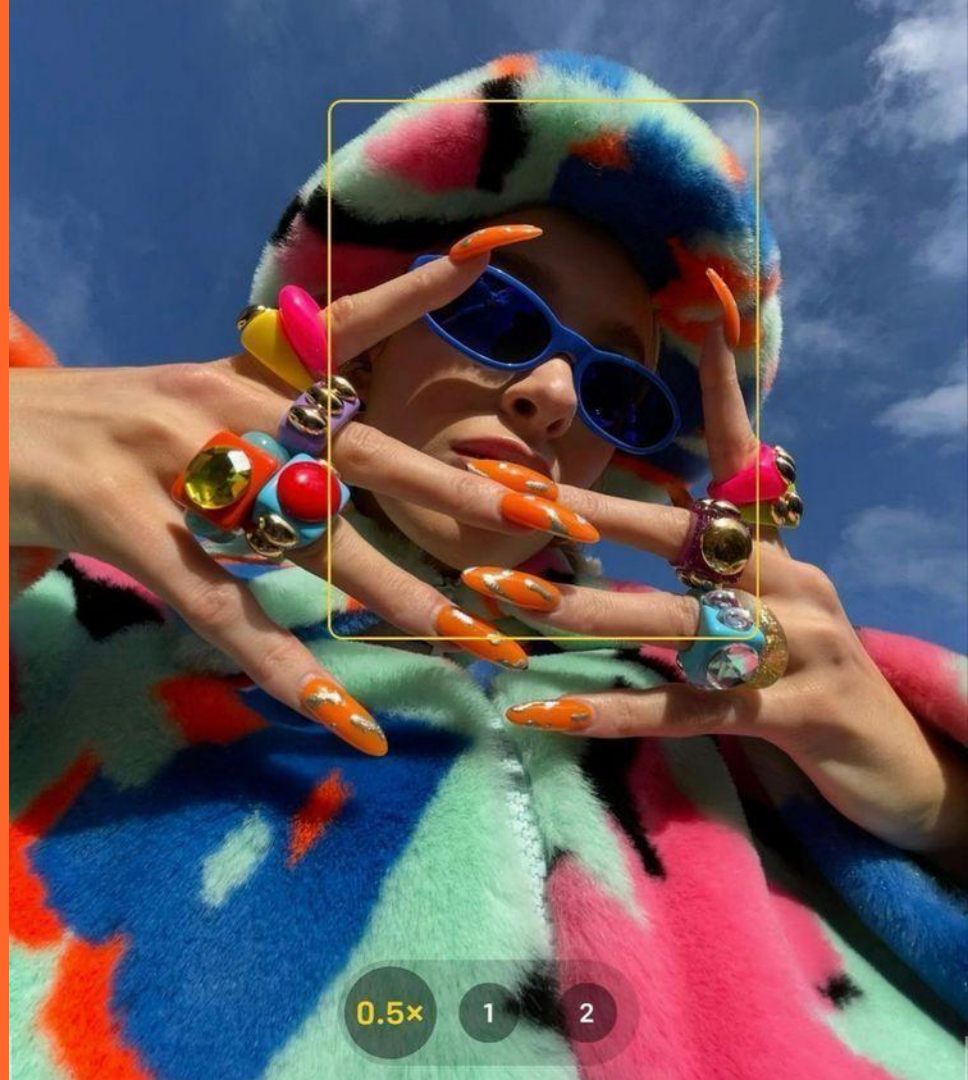
Ahora todos somos creadores
de contenido: marcas y usuarios
competimos por la atención de la gente.



Estamos SOBREESTIMULADOS

el reto

SER RELEVANTE

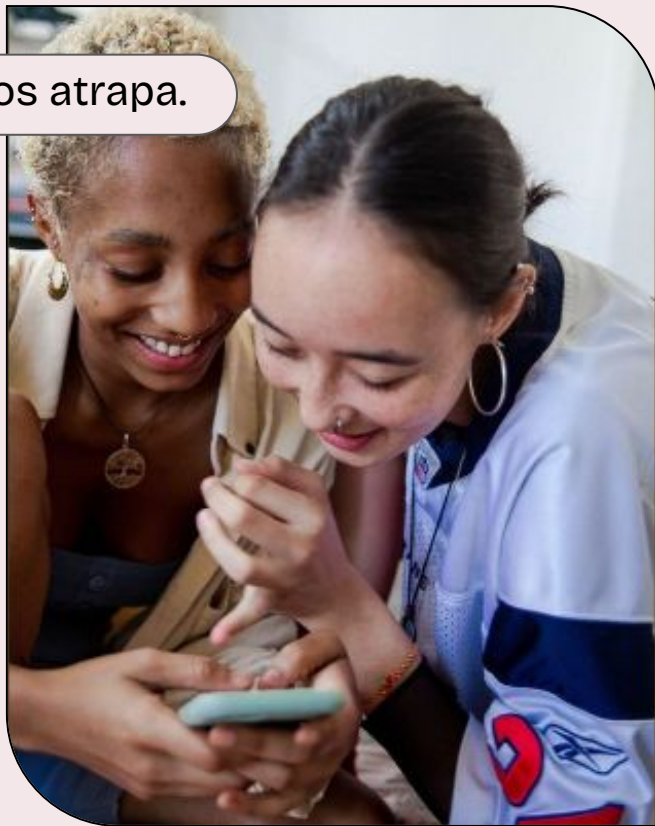


¿Y cómo lo conseguimos?

Con contenido
ágil, simple
y que te entretenga.



Si es curioso, nos atrapa.



Si es curioso, nos atrapa.



Si empatizas, nos invita a

COMPARTIR



01

02

Línea editorial

Nuestros datos

Casos de éxito del medio

Casos de éxito como agencia

FEMINISMO

DIVERSIDAD

SALUD MENTAL

SOSTENIBILIDAD

CULTURA

IMPACTO SOCIAL

LIFESTYLE

EDUCACIÓN FINANCIEROS

RELACIONES

CELEBRITIES

GASTRONOMÍA

PLANES

VIAJES

01

02

03

Nuestros datos

Casos de éxito del medio

Casos de éxito como agencia

TARGET

Gen Z y
Millennials

18 - 35
AÑOS

72%
AUDIENCIA
ESPAÑOLA

FAN BASE TOTAL

4,1M
FOLLOWERS

35% HOMBRES
65% MUJERES



855K

+11% VS 2024



415K

+17,5% VS 2024



262K

+31% VS 2024



2,4M

+2% VS 2024



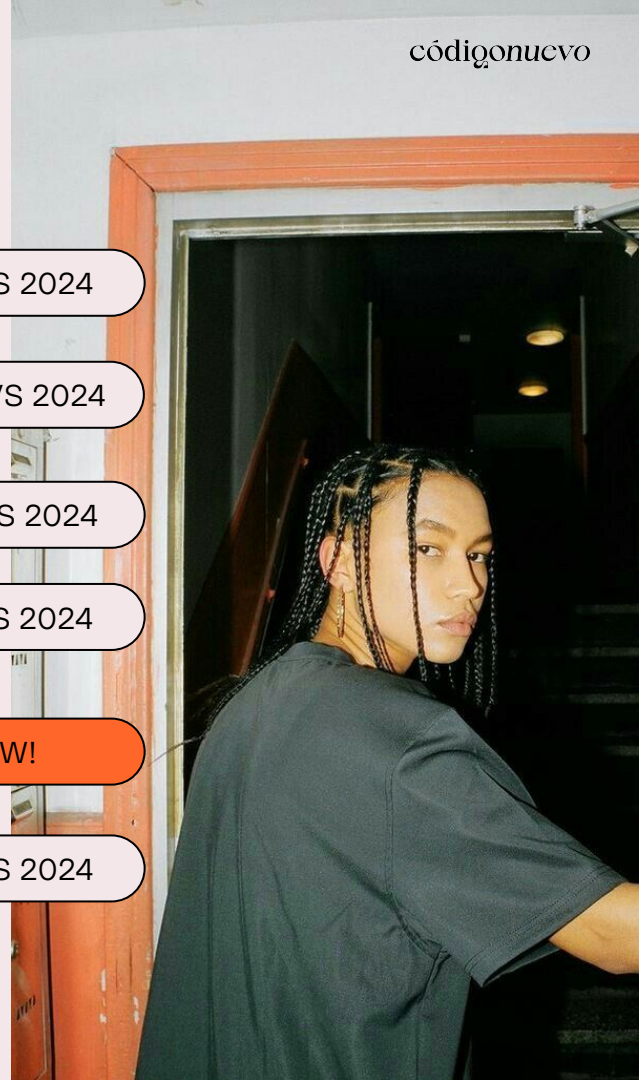
166K

NEW!

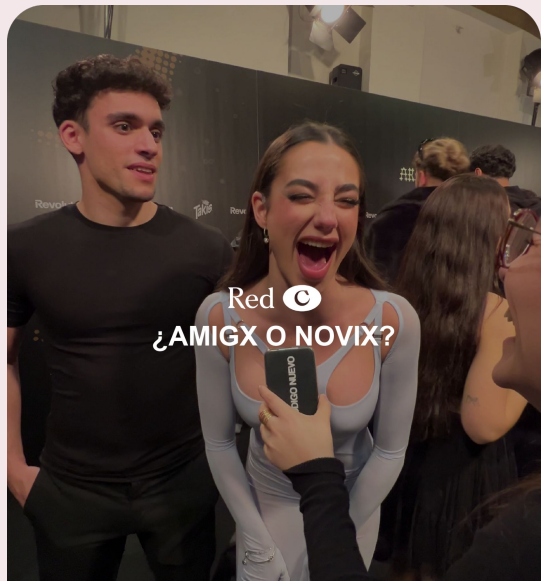


29,8K

+4% VS 2024



El vídeo vertical, nuestra joya de la corona



Red 
¿AMIGX O NOVIX?



Infiltrada
PRIMAVERA SOUND

01	02	03	04	Casos de éxito del medio	Casos de éxito como agencia
----	----	----	----	--------------------------	-----------------------------



INFILTRADO EN EL

👉 'LOVE TWENTIES' 👈

¿Por qué eres
tan hermosa

VUELING

Objetivo

Dar visibilidad a la mujer en un sector laboral muy vinculado a los hombres hasta la fecha.

Idea

Colarnos entre bambalinas en el día a día de una piloto y mostrarlo todo de primerísima mano.

RESULTADOS

OBJETIVO GLOBAL

350k VIEWS

TOTAL FINAL

1,5M VIEWS

A DESTACAR

TODOS LOS RESULTADOS FUERON 100% ORGÁNICOS



L'ORÉAL

Objetivo

Dar a conocer su campaña Stand Up, para luchar contra el acoso callejero de las mujeres.

Idea

Lanzamos diferentes formatos para hablar sobre esta problemática y cómo combatirla de la mano de las acciones que L'Oréal ponía a disposición de todos.

RESULTADOS

OBJETIVO GLOBAL

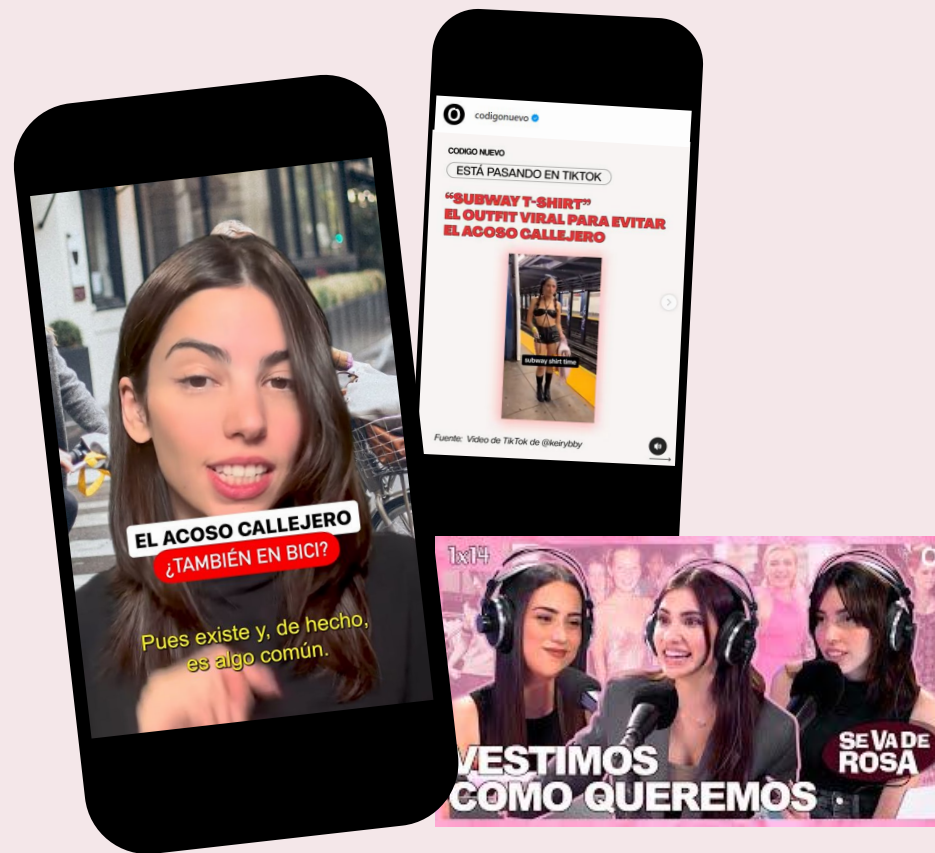
550K VIEWS

TOTAL FINAL

823K VIEWS

A DESTACAR

PROPUESTA MULTIFORMATO CON MUY BUENA ACOGIDA EN EL VIDEOPODCAST DE MODA DE CÓDIGO NUEVO



Casa SEAT

+

Cupra City Garage Madrid

Objetivo

Dar a conocer su agenda cultural.

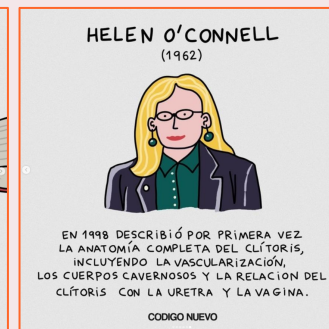
Valor Estratégico

Crear plan de contenidos para las fases PRE, DURANTE y POST

2024

NEW COLLAB!





EL QUE FRIEGA EN EL ÚLTIMO MOMENTO



Branded
content



✦ EL COCINITAS ✦



EL DE "TODO ES DE TODOS"

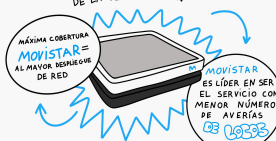


✦ LA DE LOS CHOLLOS ✦



- 600Mb -

Y CON UNA GARANTÍA DEL 30%
DE LA VELOCIDAD, UN 40% MÁS



Y TODO ESTO,

SIN PERMANENCIA
(TE CUENTO MÁS EN LA DESCRIPCIÓN)

01	02	03	04	05
				Casos de éxito como agencia

ESTRELLA GALICIA

Punto de partida

Estrella Galicia había ideado la campaña 'Estrellas del Camino', en la que homenajeaba a personas relevantes para los peregrinos a través de grandes murales pintados en edificios que se podían ver a lo largo del Camino de Santiago.

Reto

Dar a conocer esta campaña entre la generación joven.



ESTRELLA GALICIA

Objetivo

Acercar la campaña 'Estrellas del Camino' a la generación joven.

Valor Estratégico

La colaboración con un medio para producir el contenido de una campaña ofrece una ventaja significativa a las marcas, ya que les permite crear una campaña completa y consistente, donde los contenidos y su promoción están perfectamente alineados.

RESULTADOS

OBJETIVO GLOBAL

950k VIEWS

TOTAL FINAL

1,6M VIEWS

A DESTACAR

MATCH PERFECTO ENTRE LA COMBINACIÓN DE CONTENIDOS DE LAS REDES DE CÓDIGO NUEVO Y LAS DE ESTRELLA GALICIA



NIKE

Objetivo

Nike buscaba una agencia para producir los materiales de su campaña de celebración del 40 aniversario de las zapatillas Air Force 1.

El concepto que querían representar era "Join Forces", que hacía referencia a unir los diferentes estilos de baile que usan las icónicas zapatillas.

Valor Estratégico

Como medio digital, esto nos permitió demostrar la capacidad del medio para conceptualizar y crear contenido creativo y relevante para una marca líder en el mercado como Nike.

La marca optó por nosotros como agencia para dar a la campaña una esencia digital y Zeta. Nos permitió demostrar nuestra capacidad para gestionar una gran producción de contenido.



DANONINO

Objetivo

Que las madres consideraran a Danonino como un producto completo y nutritivo para sus hijos durante la vuelta al cole.

Además, se buscaba comunicar la asociación de Danone con las populares licencias de LadyBug y La Patrulla Canina.

Valor Estratégico

La confianza de Danone en nuestros conocimientos digitales: la selección del talent (Núria Casas, tiktoker de confianza para madres millennial) estuvo directamente relacionado con los buenos resultados.

Siendo partners de Danone logramos mostrar nuestra capacidad para conceptualizar y crear contenido creativo para una marca líder en el mercado de la alimentación.

RESULTADOS

OBJETIVO GLOBAL

200k VIEWS

TOTAL FINAL

360K VIEWS



DANONE

Objetivo

Producir un **video case** para dar a conocer el origen y las características del nuevo producto creado en colaboración con Carlos Ríos, llamado Danone Real Fooding.

Valor Estratégico

En el caso de Danone Real Fooding, pudimos demostrar nuestra fuerza técnica como productora de contenido. Apostamos por planos cinematográficos, realizamos vídeos de bodegón del producto y desarrollamos guiones para piezas de larga duración.

Además, elaboramos un contenido como productora para promover una alimentación consciente y lo hicimos apostando por un talent como Carlos Ríos, ideal para una marca de gran consumo y con un mensaje así a transmitir.



GRACIAS



código nuevo