

Creatividad, humor y calidad: la receta de éxito de la marca Dia, que salta del lineal a las redes sociales

[Imágenes disponibles aquí](#)

/ La renovada marca Dia está triunfando entre los clientes, y no sólo por la gran calidad a un precio asequible de sus más de 1.700 nuevas referencias, sino también por su originalidad y cercanía.

/ La nueva propuesta creativa tiene como gran protagonista a la palabra “día”, muy presente en nuestra vida cotidiana y que se integra de una manera divertida en los nombres y frases que acompañan a los nuevos productos.

/ Familias como “Dia Láctea” o “Al Diante” están causando furor en las redes sociales, protagonizando conversaciones llenas de humor y menciones de clientes que se han convertido en auténticos fans de la marca.

16 de noviembre, Madrid. Comprar en Dia es mucho más que llenar la cesta de la compra. Es descubrir, saborear e incluso sonreír, gracias a las originales frases y personajes que acompañan sus productos. En los dos últimos años, Dia ha revolucionado su marca, lanzando al mercado más de 1.700 nuevas referencias, donde la calidad, la creatividad y el sentido del humor están marcando la diferencia. El resultado no solo se nota en los lineales, sino también en las redes sociales donde la nueva personalidad de la marca Dia, divertida, moderna y original, no deja de cosechar fans.



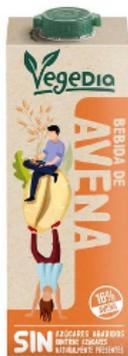
Sin duda, comprar en Dia se ha convertido en toda una experiencia. Y es que juntar en una misma cesta de la compra a una llama que te evita dramas, a un héroe de la limpieza llamado “Súper Paco” o a un búho con ganas de conversación, puede dar mucho que hablar. Pero estos son sólo algunos de los originales protagonistas de la nueva marca Dia: “Super Paco”, “el héroe del Dia” que hace más llevaderas las tareas del hogar armado con productos de limpieza de gran eficacia o servilletas “La Llama”, sostenibles y con gran resistencia como deja intuir su ingenioso *claim* “Con la llama, cada Dia sin drama” o la familia de infusiones



“Dialogos con sabor”, en las que un búho invita a conversar a la hora del té.

La frescura y el buen humor son los ingredientes de la nueva receta creativa de Dia que, a través de frases y juegos de palabras ingeniosos, transmiten autenticidad y proximidad. Un buen ejemplo de ello es su famosa “Horchata de chufa, enchufa tu Dia”, una manera más de reivindicar la cercanía con sus clientes, estén donde estén. Otros de los *claims* que destacan por su aire desenfadado son “InmeDiato al plato”, que se muestra en los productos de comida lista para comer como las cremas de verdura. Y para los más

cafeteros, qué más se puede pedir que empezar la jornada con los cafés de Arom'arte y "Tu momento especial del Día".



Una renovación por dentro y por fuera, en la que también ha tenido muy en cuenta los materiales con los que se hacen los envases e, incluso, el etiquetado, que facilitan la usabilidad y contribuyen a cuidar el medioambiente. Así, destacan marcas como la leche vegetal "Dia Láctea", con un envase compuesto por materiales de origen vegetal y cartón certificado con el sello sostenible FSC, o la bebida de avena "VegeDía", disponible en un *packaging* fabricado con un 88% de materiales de origen vegetal.

Creatividad, humor y la palabra "Dia", los grandes protagonistas

En esta revolución creativa, la marca ha seguido fiel a su ADN, donde la proximidad se deja notar en cada frase y detalle, gracias al protagonismo de la propia palabra "día", uno de los términos que más usamos en nuestra vida cotidiana y que cosecha millones de búsquedas en Internet. Si nos detenemos unos instantes en el lineal de una tienda Dia y observamos sus productos, rápidamente nos daremos cuenta de que la marca es respetuosa con el producto y su uso; y que la frase de acompañamiento contiene siempre la palabra "Dia" destacada. Una estrategia diferenciadora dentro del sector y que encarnan el propósito de Dia de mostrar su cercanía, en este caso a través de frases y expresiones fácilmente reconocibles, con un buen toque de humor.



Originalidad en el lenguaje y también en colores que rompen con la estética habitual. Es el caso de la bebida "Hola Cola", que ha dejado atrás el código de color rojo, característico de este tipo de refrescos, y ahora luce un fondo negro con una composición minimalista y moderna.

Otra de las innovaciones que más sorprenden son las ilustraciones en el empaquetado de las conservas Mari Marinera "Diamantes del mar" o en la gama de pastas "Al Diante", donde se integran con el producto para ofrecerlo con mayor visibilidad y transparencia al cliente. En el caso de "Selección MunDial", el *packaging* muestra elementos topográficos para enfatizar el origen del producto y trasladar a los países de procedencia en el primer vistazo.



Esta estrategia creativa, unida a la gran calidad de los productos y a sus precios asequibles, ha incrementado notablemente el peso de la marca Dia en la cesta de la compra, creciendo 4 puntos durante el primer semestre de 2022. Además, estos productos se han convertido en los auténticos aliados de los consumidores para ahorrar, ya que Dia estima que su consumo puede suponer un ahorro de hasta el 25% en el gasto anual de los hogares españoles.

Del lineal a triunfar en las redes sociales



Los clientes de Dia se han convertido en auténticos fans de la marca y no dudan en compartir sus productos favoritos en redes sociales, destacando la creatividad y el sentido del humor de los nuevos *claims*.

Entre los grandes triunfadores de las redes sociales, destacan los yogures "Dia Láctea", que encabezan el ranking de menciones en Twitter. Una popularidad que comparten con otras marcas como la pasta "Al Diante", que tiene fieles seguidores, no solo debido al juego de palabras que contiene su nombre, sino también por las ilustraciones de su empaquetado. Los suavizantes "Súper Paco", la bebida energética "Diablo", los precocinados "Al Punto" y el ya mencionado *claim* "inmeDiato al plato" también suman cada vez más adeptos en redes sociales, como se puede ver en [este site](#) que recopila algunos comentarios más ingeniosos:

La Oreja de Van Gogh @laorejadevgogh · Seguir
Día láctea. De esas cosas que estaban ahí y nadie lo veía.
[@MastersOfNaming](#)



3:15 p. m. · 24 sept. 2022 desde Vila-sana, España

296 Responder Copia enlace

Cris Puertas @CrisPuertas · Seguir
Es importante señalar que en el Dia hay una gama de pastas que se llama "al DIAnte". Y nosotros aquí, como si no pasara nada.

#PaTumDishh



4:20 p. m. · 16 nov. 2021

8 Responder Copia enlace

080 Digital @080digital · 9 feb. ...
Otro ejemplo de #packaging creativo, ofreciendo un valor añadido más, a su marca propia: Pasta "Al Diante", de supermercados @DIA_Esp
Vía @joel_artigas
#diseño #creatividad #marketing #supermercados



1 3 20



Cada día
más cerca



Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 6.000 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Dia abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 38.500 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 18.000 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca de las personas para que todos tengamos la calidad que merecemos a nuestro alcance.

Para lograr este propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 86% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros 45 millones de clientes en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y una marca Dia renovada.

Juntos, construimos un negocio que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y logró una facturación anual de 6.600 millones en 2021. Además, trabajamos cada día para generar un impacto positivo allí donde operamos, gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo: por cada empleo directo, Dia genera 2,7 empleos totales en la economía y un total 151.099 puestos de trabajo directos e indirectos, logrando una contribución total al PIB de 9.274 millones de euros.

www.dia.es

#CadaDiaMasCerca

Linkedin: [Dia España](#)

Twitter: [@Dia_Esp](#)

Para más información:

Dia España

Raquel González
raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com
+34 655712890

Ogilvy

Isabel Uría
Isabel.uria@ogilvy.com
+34 699244750



@Dia_Esp



Dia España

www.dia.es