[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en el 27/09/2016

# [Debate Trump - Clinton, oportunidad para empresas que hicieron marketing](http://www.notasdeprensa.es)

## El primer debate presidencial que se realizó en la ciudad de New York, fue la oportunidad perfecta para hacer marketing en algunas empresas como Aeroméxico, el marketing que realizaron varias empresas tomaron rumbos positivos, ya que todo el mundo estaba al pendiente de lo que sea relacionado con el debate, siendo el debate lo más hablado en las redes sociales con dudas en el ganador

Durante la transmisión del debate entre la candidata demócrata Hillary Clinton y el republicano Donald Trump, se generaron una serie de tendencias como Donald Trump, con más de un millón de tweets. Hilary con 146 mil tweets y The Donald con más de 444 mil tweets publicados. En medio de estas tendencias diversas marcas aprovecharon para implementar sus estrategias publicitarias tal como lo hizo Aeroméxico, que relanzó su campaña Fronteras/Borders. La historia nos enseña más de las Fronteras que todos los #debates. Hagámoslo distinto ? #debatenight pic.twitter.com/4pVuD3eqZn — Aeroméxico (@Aeromexico) 27 de septiembre de 2016 Plataformas como Sky News crearon una creativa campaña con el uso del hashtag #WhiteHouseRapBattle donde en un video digital parodia el debate entre Clinton y Trump al ritmo de rap, como estrategia para promocionar su cobertura del primer debate político de cara a la elección por la presidencia de EU. Oh, it’s on… Introducing the #WhiteHouseRapBattle https://t.co/YdEo1CA8Ia — Sky News (@SkyNews) 26 de septiembre de 2016 Marcas de cerveza como Tecate también aprovecharon el marketing estacional y lanzaron una campaña en redes sociales con el uso de los hashtags #debatenight, para promocionar su producto a través de una estrategia creativa donde usa su cerveza para levantar un muro usando latas. Want to see a wall worth building? Tune into #debatenight on Fox News, Telemundo and Univision to see more #TecateBeerWall pic.twitter.com/cMuNuxVEZ9 — Tecate (@tecate) 26 de septiembre de 2016 Este fue el primero de una lista de debates que se celebrarán en lo que resta de septiembre y el mes de octubre, de cara a la elección a celebrarse a noviembre, donde se elegirá al nuevo presidente de Estados Unidos. Es de especial importancia la estrategia creativa de marcas como Aeroméxico y Tecate al centrarse en contra de la construcción de un muro en la frontera norte de México con Estados Unidos (una de las propuestas de campaña de Donald Trump). La estrategia creativa adquirió importancia para esta marcas luego de que en el arranque de su debate, Trump se refirió de forma negativa en al menos cinco ocasiones sobre México. La primera referencia señaló los trabajos que se crean en México por compañías estadounidenses. Como segunda mención negativa sobre México, el republicano aseguró que el país cuenta con el desarrollo de plantas sofisticadas que no se tienen en Estados Unidos. Una tercera mención negativa sobre México reiteró la llegada de empleos que aseguró, se deberían de crear en EU. Como cuarta referencia sobre México, el republicano advirtió que el país no paga impuestos en sus ventas hacia EU, cuando este país si lo hace sobre las ventas que hace a México. En una quinta mención, Trump refirió que salen de Estados Unidos las compañías que vienen a invertir a México. The post Aeroméxico y las marcas que aprovecharon el debte Clinton-Trump para hacer marketing appeared first on Revista Merca2.0.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/debate-trump-clinton-oportunidad-para-empresas](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing Dispositivos móviles

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)