

JORDI TRILLA: 'Mi mejor campaña está por llegar'

El periodista asegura que cree que ninguna de sus campañas haya fracasado "pero si fuera así, empezaría de nuevo"

El pasado lunes 11 de marzo, nuestra clase de 2ºA, junto con la de 2ºE, tuvimos la oportunidad de entrevistar a Jordi Trilla, un publicista de la empresa *Both.*

People&Com. Lo hicimos a través de una videollamada. Entre todos le hicimos preguntas para ayudarnos con nuestro proyecto. Las respuestas me sorprendieron mucho.



¿Ha habido alguna vez que te hayas quedado en blanco, que no tuvieras ninguna idea para publicitar?

No, a veces sale a la primera y en otras ocasiones, hay que volver a trabajarlo y siempre con el apoyo del equipo creativo. En realidad, cualquier cosa de mi entorno me genera una idea para la publicidad.

¿En qué piensas usualmente cuando tienes que crear un anuncio?

Siempre partimos del briefing, el análisis de la competencia (qué están haciendo, cuál es su posicionamiento de marca, cómo comunican...), entender quién es el público target, sus necesidades, hábitos, estilos de vida y luego vas definiendo el concepto creativo, que será original, que genere impacto y será relevante para el target.

¿Qué tipo de anuncios son los que más éxito tienen?

Aquellos que cuentan una historia relevante para sus públicos.

¿Cuál es la mejor campaña que has hecho?

Mi mejor campaña está por llegar, aún no la he hecho. Aunque, respondiendo a tu pregunta, me han gustado casi todas mis campañas publicitarias, pero para decirte alguna, la de Llibrefils, que impulsa la lectura y además derivó a un debate en Twitter.

¿Cuánto factura tu empresa al año?

Mi empresa factura dieciocho millones de euros al año.

¿Hay líneas rojas?

Sí, hay líneas rojas. Como por ejemplo, propuestas de carácter racista, xenófobos o machistas, el maltrato animal tampoco y casos que fomenten la ludopatía. Además, nunca se tiene que mentir.

¿Qué pasa si la campaña falla?

No creo que ninguna de mis campañas haya fracasado, pero si es así, empezaría de nuevo.

¿Qué consejo me darías para ser publicista?

Que estudies, ser una persona curiosa y saber de arte y cultura.

¿Qué se necesita para llegar a un cargo directivo?

Para llegar a un cargo de directivo se necesita trabajar mucho, tener talento, el talento de que tus trabajos estén muy bien hechos y tener una trayectoria profesional.

¿Qué es lo que más te motiva?

Me motiva la pasión por la publicidad, competir para conseguir que nos adjudiquen una campaña. Realmente siento adrenalina cuando trabajo.

Y, finalmente, ¿En qué campaña estás trabajando actualmente?

Estoy trabajando en la campaña de una bebida, pero no lo puedo decir exactamente por confidencialidad.