

CASO DE EXITO



Resumen

Cadbury Adams definió junto con Mindshare, utilizar el siguiente plan de medios para el lanzamiento de su nuevo producto Chiclets Extend: Iniciar por tres meses con un mix de Publicidad Exterior y Radio para posteriormente reforzar el mensaje con televisión en su campaña de mantenimiento.

Objetivos de la Campaña

Apoyar el lanzamiento de su nuevo producto "Chiclets Extend", dirigido a un público objetivo ABCD de 18 a 35 años principalmente.



El Plan

La campaña se llevó a cabo en dos etapas, distribuyéndose la inversión publicitaria de la siguiente manera: 52% en Publicidad Exterior, 25% en radio y 23% en auspicios (menciones en televisión). El elemento que utilizó el cliente dentro de la publicidad exterior fue un circuito de vallas CD por un periodo de 10 semanas.

Resultados

Al finalizar las 10 semanas de campaña en vallas y radio, hubo un impacto positivo de ventas, superando los objetivos planeados. Además, causó un alto impacto y recordación de la marca.



Lo que dijo el Cliente

"Se llevó a cabo un trabajo personalizado, eficaz y eficiente."

Claudia Castellanos
Category Manager Perú & Bolivia

