

## CASOS DE ÉXITO: Banco HSBC



### Resumen:

El Perú fue parte de la campaña de lanzamiento mundial del Banco HSBC donde se priorizó la búsqueda de medios publicitarios distintos que resalten los valores de marca de exclusividad e innovación del banco. Clear Channel Perú formó parte de este esfuerzo mundial y otorgamos el uso de las mangas del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (Lima) como elemento publicitario.

### Objetivos de la campaña

Mantenimiento de la imagen de marca e incrementar la recordación de marca.

### El Plan:

La campaña estuvo dirigida a un público de NSE A, B. Específicamente en el aeropuerto se deseó captar la atención de personas que transitan en la zona internacional y/o que realizan viajes internacionales.

### Elementos y período de la campaña:

El HSBC usó las mangas como elemento principal de publicidad exterior en el aeropuerto. La campaña se lanzó en enero 2008 y continúa hasta la fecha.

### Resultados de la campaña:

La campaña fortaleció la imagen de exclusividad del banco, logrando una amplia exposición y generando

una sensación de innovación por ser la primera empresa en el Perú en utilizar este formato.

Desde Enero hasta Junio del 2008, 911,259 han utilizado las mangas del HSBC en el área internacional del aeropuerto Jorge Chávez.

Fuente: LAP – Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (22 Jun 2008)

### Lo que dijo el cliente:

“Estamos muy satisfechos con el servicio brindado por Clear Channel y los recomiendo por ser una empresa con experiencia y seriedad. Cuentan con muy buenas ubicaciones y los tiempos de producción van de acuerdo a nuestras necesidades. Definitivamente recomendaría utilizar publicidad exterior a otros anunciantes por ser un medio muy efectivo y en el caso de la publicidad en aeropuerto, nos ha dado exclusividad y total exposición a nuestra marca.”

*Gladys Obreros*

Gladys Obreros  
Gerente de Marketing - HSBC