

LA PUBLICIDAD EXTERIOR LE DA UN McNÍFICO RESULTADO A McDONALD'S

EL PROBLEMA

Mc Donald's, uno de los más grandes anunciantes de la publicidad exterior en el mundo, estaba enfocado en el Perú, a trabajar todas sus campañas locales en televisión sin considerar a la publicidad exterior como una alternativa eficaz.

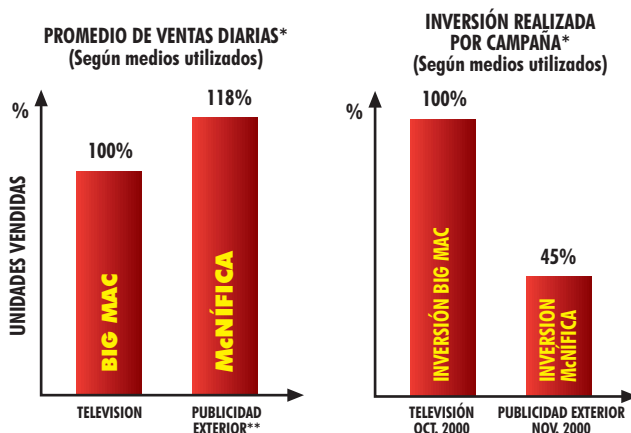
Los montos invertidos en cada una de sus campañas eran elevados sin que tuviera un retorno adecuado de la inversión, teniendo en cuenta el corto periodo de vida de las mismas.

EL PLAN

Eller Media planteó a Mc Donald's probar la eficacia del medio trabajando el lanzamiento de un producto utilizando solo publicidad exterior y evaluar sus resultados frente a los obtenidos en su última campaña de Big Mac, lanzada un mes antes en televisión.

El mensaje de la campaña era claro: anunciar el lanzamiento de la nueva McNífica de Mc Donald's a un precio de introducción por un periodo de 7 semanas.

El mercado objetivo de la campaña fue determinado de manera geodemográfica, utilizando el censo y mapas digitalizados para definir la ubicación de los locales y sus zonas de influencia en los NSE A yB.



*Calculado en base a datos de campaña Big Mac.

**Para el caso de McNífica se utilizó el promedio de ventas de las últimas 4 semanas de las 7 que duró la campaña.

FUENTE: Dpto. de Marketing McDonald's
ELABORACIÓN: Dpto. de Marketing Paneles Napsa, una división de Eller Media Company

LOS RESULTADOS

La campaña tuvo un éxito sorprendente, las ventas de la nueva McNífica superaron en 18% a las ventas de la Big Mac, con una inversión 55% menor, confirmando la eficacia de las Vallas Publicitarias.

Estos resultados están llevando a Mc Donald's a utilizar la publicidad exterior como uno de sus principales medios.

EL CLIENTE DIJO

"Las Vallas de Eller han resultado ser un medio muy efectivo de comunicación.

Este modelo se adapta muy bien a nuestro negocio pues tienen bajos costos de producción, flexibilidad, cobertura y es altamente impactante.

Las Vallas de Eller se han convertido en uno de los medios más importantes para aumentar nuestras ventas."

Fernando de La Flor
Gerente General McDonald's

