



QUANTIUM

RESULTADOS

Con la implementación del proyecto se logró alcanzar y superar los objetivos planteados:

- Se innovó gracias al desarrollo de una tecnología superadora.
- La marca se orientó 100% en los resultados con foco al cliente ya que logró la mejor optimización de relación entre consumo y potencia.
- Se obtuvo un ahorro del 30% anual respecto de la situación inicial gracias al ahorro generado por el uso de los nuevos aditivos, con los cuales además se superó ampliamente las propiedades de performance de los vehículos.
- Se implementó la estrategia en terminales y refinería justo a tiempo, acorde a lo propuesto por el cronograma inicial y se concretó el despacho desde 4 terminales con el mismo portafolio.
- El cambio de color estratégico en Nafta Premium tuvo una buena receptividad por parte de los clientes.
- Se desarrolló de forma efectiva los elementos de la nueva marca Quantum cuyas características principales son que rinde más kilómetros por litro, recupera la potencia del motor en menor tiempo con menor consumo y logra un motor limpio al 100% en tan solo dos cargas completas.
- A partir del proceso de testeos nacionales se verificó el cumplimiento de las emisiones de los combustibles de acuerdo con la normativa vigente en el país. Se pudo determinar que los productos AXION energy presentan menor consumo por kilómetro.
- Gracias a los testeos internacionales se verificó que las propiedades de performance del motor superan los objetivos establecidos permitiendo a la marca superarse respecto de ellos mismos y del resto del mercado buscando siempre la más alta satisfacción de sus clientes.

RESULTADOS DE MERCADO

- En premium mix, es decir la proporción de combustible premium sobre el total de combustible, se creció un 0,8% en el acumulado anual en comparación con el mismo período del año pasado (febrero a abril).
- La participación de mercado de nafta Quantum creció un 0,7% en relación con el mismo período de 2019.
- En Quantum diésel se creció 1,6% en market share entre marzo y abril del 2020.



QUANTIUM

- En el mercado B2C se creció en market share en 0,6% entre marzo y abril del 2020.
- En B2B se aumentó el market share en 2,8% entre marzo y abril de 2020 en naftas y 3% en diésel.

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

- En la etapa de teaser, la interacción en redes sociales se cuadruplicó en comparación con la actividad regular de la marca.
- Con la campaña digital, las visitas al sitio web se triplicaron.
- El comercial se ubicó en el 5° puesto del ranking de los 10 comerciales más vistos en YouTube en el mes de marzo.
- En digital, se alcanzó 147,9 M de impresiones.
- En Facebook, el video tuvo 1,7M de reproducciones de 3 segundos y el 14,6% de esas reproducciones continuaron hasta los 15 segundos. Este valor demuestra un buen engagement de los usuarios con el contenido.