

Premios Eikon 2024 - Presentación de campaña

CAMPAÑA:

Nico Jarry: Los sueños se construyen en silencio

Categorías a postular:

Categoría 14.2:

Campaña de influencers

Capítulo

General

Título

Nico Jarry: Los sueños se construyen en silencio

Nombre de la compañía o institución:

BYD Auto Chile

Departamento que desarrolló plan:

Marketing BYD Auto Chile

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

Inbrax & Parla

INTRODUCCIÓN

BYD es una empresa multinacional de alta tecnología dedicada a impulsar innovaciones tecnológicas para una vida mejor. Fundada en 1995 como fabricante de baterías recargables, BYD cuenta ahora con un ámbito de negocio diverso que abarca automóviles, transporte ferroviario, nuevas energías y electrónica, con más de 30 parques industriales en China, Estados Unidos, Canadá, Japón, Brasil, Hungría e India.

En 2022, BYD dejó de fabricar automóviles a combustión, dedicándose exclusivamente a la fabricación de vehículos híbridos y 100% eléctricos, convirtiéndose así en la primera marca de vehículos china en abandonar completamente la producción de vehículos con motor de combustión.

La llegada de BYD Auto a Chile en 2022, de la mano de Astara, trajo una amplia gama de modelos eléctricos que captaron rápidamente la atención del mercado local. Sin embargo, **BYD Auto enfrentaba el desafío de conectar más profundamente con un público más joven y diverso en Chile**, y consolidar su posicionamiento en un mercado competitivo. Para lograrlo, BYD Auto Chile **necesitaba una estrategia que destacara su innovación tecnológica y que resonará emocionalmente con los consumidores.**

Nico Jarry, destacado tenista chileno, representa una figura pública con una historia de perseverancia y éxito que refleja los valores de BYD Auto Chile. A pesar de enfrentar altibajos en su carrera, Jarry se mantenía firme con una base leal de seguidores que valoraban su talento y dedicación. **La imagen de Jarry como un atleta que construye sus logros en silencio resonaba con la filosofía de BYD de "Build Your Dreams".**

BYD Auto Chile vio en Nico Jarry una oportunidad única para crear una campaña auténtica y significativa. Esta asociación **reforzaría la imagen de BYD Auto Chile como una marca que valora la perseverancia, el esfuerzo y la pasión.**

El principal desafío de la campaña fue comunicar de manera efectiva el mensaje y conectar con la audiencia objetivo. **BYD Auto Chile necesitaba transmitir los valores compartidos con Jarry y resaltar el beneficio mutuo de la asociación.** La estrategia debía destacar cómo elegir un vehículo BYD Auto Chile no solo contribuye a un futuro más sostenible, sino que además **mejora la calidad de vida de sus usuarios.**

2) PROPUESTA / ENUNCIADO

Para lograr los objetivos planteados se diseñó la estrategia con el fin de reflejar la sinergia entre la filosofía de BYD "Build Your Dreams" y la trayectoria del tenista. **La conexión entre la construcción silenciosa de los logros de Jarry y el funcionamiento silencioso pero poderoso de los vehículos BYD Auto Chile se convirtió en el eje central de la campaña.**

Definición del Mensaje Central:

El mensaje se enfocó en los valores compartidos de perseverancia, esfuerzo y pasión. Esto derivó en una **estrategia de medios** que considerara todos los canales y formatos, asegurando que la conexión entre BYD Auto Chile y Jarry fuera clara y poderosa.

Creación de una narrativa inspiradora:

La narrativa se centró en la historia de Nico Jarry y cómo, en silencio, ha construido su carrera, al igual que los vehículos de BYD Auto Chile operan silenciosamente.

Selección estratégica de canales:

La campaña debía considerar una **amplia gama de canales**, incluyendo redes sociales, televisión, eventos públicos y marketing digital. Esta estrategia omnicanal garantizó una cobertura integral y un impacto significativo.

Generación de contenido:

Se contempló la generación de una **estrategia de contenidos de alta calidad**, como videos, imágenes y publicaciones en redes sociales, diseñados para captar la atención y el corazón del público.

Fomento de la interacción y el compromiso:

La estrategia digital debía considerar mecánicas interactivas y de participación con foco en incentivar la participación del público. Concursos, sesiones de preguntas y respuestas, y eventos en vivo permitieron una interacción directa y significativa entre la marca, Nico Jarry y los consumidores.

Medición y optimización continua:

El rendimiento de la campaña debía considerar un **análisis de datos en tiempo real**. Esto permitió realizar ajustes y optimizaciones basados en los resultados obtenidos, asegurando que la estrategia se mantuviera alineada con los objetivos de la campaña y maximizando su efectividad a lo largo del tiempo.

La estrategia además debía aportar al **proceso de posicionamiento de la marca** para destacarse en un mercado altamente competitivo, donde BYD Auto Chile se enfocó en dos aspectos fundamentales para aumentar atributos de marca como la credibilidad y la experiencia de marca:

Autenticidad profunda:

La campaña se debía fundamentar en una **conexión genuina y profunda entre BYD Auto Chile y Nico Jarry**. La narrativa elegida considero el silencio característico en la vida personal y la carrera profesional de Jarry, reflejando el funcionamiento silencioso pero poderoso de los vehículos eléctricos de BYD Auto Chile. **Esta autenticidad no solo aumenta la credibilidad de la campaña, sino que también crea una resonancia emocional significativa con el público.**

3) DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

La asociación entre BYD Auto Chile y Nico Jarry es el pilar fundamental de la campaña **"Nico Jarry: Los sueños se construyen en silencio"**. **La idea detrás es utilizar el silencio como metáfora y elemento unificador entre ambos, destacando cómo BYD Auto Chile y Jarry construyen sus sueños de manera silenciosa pero impactante.**

Perseverancia, esfuerzo y pasión.

Jarry ha demostrado una notable resiliencia y un compromiso incuestionable con su carrera deportiva, que ha estado marcado por una **dedicación constante y una capacidad inquebrantable para superar desafíos.**

BYD ha logrado revolucionar la industria mediante la innovación y el desarrollo de tecnologías sostenibles. Su transición completa a la producción de vehículos eléctricos **representa un esfuerzo monumental y una pasión por un futuro más limpio y sostenible.**

El Silencio como metáfora

El silencio es el hilo conductor de esta campaña. En el tenis, el silencio es sinónimo de concentración, disciplina y precisión, características que Jarry personifica en cada partido. Los vehículos de **BYD operan silenciosamente, simbolizando una transición suave hacia un futuro sostenible y sin emisiones.**

Implementación de la Estrategia

La estrategia se implementó en dos fases, cada una diseñada para amplificar la conexión entre Jarry y BYD Auto Chile, utilizando el silencio como elemento clave.

Primer Set: Etapa Teaser

Contenido: Videos y gráficas teaser en redes sociales mostraban partes del modelo y a Nico Jarry, sin revelar completamente la campaña ni su rostro. El silencio de estos teasers creó una expectativa y un misterio alrededor de la campaña.

Objetivo: Generar intriga y mantener al público pendiente del lanzamiento oficial, destacando el silencio como un valor compartido.

Segundo Set: Lanzamiento del rostro

Contenido: Un spot publicitario en silencio protagonizado por Nicolás Jarry, que reflejaba el silencio como hilo conector entre el tenis y la innovación de BYD Auto Chile. El spot destacaba cómo ambos construyen sus sueños silenciosamente.

Objetivo: Resaltar el silencio como símbolo del sacrificio, esfuerzo y perseverancia necesarios para alcanzar los sueños, y consolidar la conexión emocional con la audiencia.

Plataforma Multicanal

La campaña se desplegó en un entorno multiplataforma, aprovechando los canales de comunicación para llegar a la audiencia objetivo.

Canales Utilizados:

- **Spot Publicitario en Televisión:** Un anuncio visualmente impactante que capturó la esencia de la campaña.
- **Vía Pública:** Anuncios estratégicamente ubicados para maximizar la visibilidad.

- **Medios Online:** Campañas en redes sociales y plataformas digitales para generar engagement.
- **Las redes sociales** jugaron un papel crucial en amplificar el mensaje y generar interacción con la audiencia. Una estrategia de medios efectiva aseguró el alcance deseado, complementado con colaboraciones directas de Nico en sus propias redes sociales, aumentando así la autenticidad y el impacto.

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Los objetivos de la campaña "**Nico Jarry: Los sueños se construyen en silencio**" se alcanzaron con gran eficacia, demostrando la efectividad de la estrategia integral implementada.

Resultados más destacados de esta campaña:

Conectar a BYD Auto Chile emocionalmente con un Público Más Joven y Diverso

Impacto en TikTok y YouTube:

TikTok: Capturó el 47% de las reproducciones totales, demostrando su eficacia en atraer a una audiencia joven y diversa, alineándose perfectamente con el objetivo de conectar con un público más joven.

Google (YouTube): Alcanzó al 53% de los usuarios, lo que subraya su capacidad para cubrir una amplia audiencia y aumentar el conocimiento de la marca.

Incrementar el Conocimiento y la Consideración de la Marca BYD Auto Chile

Uso de medios como televisión abierta y cable:

El incremento del 3% en GRPs (de 223,1 a 230,9) y un nivel de alcance del 39.6% durante casi tres semanas muestran un aumento significativo en la visibilidad y el reconocimiento de la marca BYD.

Fortalecer la Imagen de BYD como líder en Electromovilidad

Reducción del Costo por Punto de GRP:

-3%, optimizando el presupuesto y reflejando una gestión eficiente de los recursos para maximizar el impacto de la campaña.

Circuito de Led Mob Urbano y Mall Costanera Center:

La fuerte presencia visual en ubicaciones estratégicas, con un alcance total de 65.6 millones de impresiones en OOH, consolidó la imagen de BYD como líder en electromovilidad.

Generar Engagement y Aumentar la Interacción en Plataformas Digitales

Engagement Rate del 4.4% en Resultados Orgánicos:

La alta tasa de engagement refleja el éxito de la campaña en generar interacción y conexión emocional con la audiencia.

Interacciones Totales:

3,433 interacciones orgánicas demuestran un fuerte engagement, validando la estrategia de utilizar a Nico Jarry como embajador de la marca.

Durante el periodo de campaña los resultados generales fueron:

Orgánico

Impresiones: 79,434

Alcance: 78,856

Interacciones: 3,433

Engagement: 4.4%

Medios On

Reproducciones de video total plataformas ads: 3.2 MILLONES.

Usuarios alcanzados: 1.9 MILLONES.

Plataformas: Meta, Google(YT) y TikTok.

TikTok se llevó más de 47% de las reproducciones. Fue la plataforma que más aporte otorgó.

Google se llevó más de 53% de los usuarios alcanzados.

Medios Off (19/02 al 10/03)

Tv Abierta + Tv Cable: La campaña finalizó con resultados positivos con +3% en grp's vs lo proyectado (Pre-223,1 vs Post 230,9), se cumplió los niveles de alcance logrando 39,6% durante casi 3 semanas de exhibición, lo cual al tener los 2 canales de mayor audiencia en tv abierta y en Tv Cable en la señal de TNT. La frecuencia lograda es 5,8 total y en el costo por punto bajo en -3% v/s a lo proyectado (\$460,288), esto se debe a los buenos resultados logrados en Grp's.

Mega y Canal 13 fueron más eficientes en Grp's con la compra de pauta auspicio en horario prime. Con el cambio que se tuvo de Deportes 13central a Teletrece Central, se reflejó un aumento en los niveles de grp's y comunicación constante. TNT no cumplió con el objetivo estimado en grp's debido a que la audiencia bajó en tv cable por el periodo de verano.

	Grp's			
MEDIO	PRE	POST	Var Grp"s	Var %
Canal 13	114,7	144,2	29,5	26%
Mega	62,3	77,0	14,7	24%

TNT	46,2	8,3	-37,9	-82%
Total	223,1	230	6,4	3%

	Pre	Post	Var%
Alc. Tva + Tvc	39,0%	39,6%	0,6%
Frq Tva + Tvc	5,3	5,8	9%

	Pre	Post	Var%
Iversion	\$105.636.000	\$105.636.000	0%
CPP	\$473.446	\$460.288	-3%

Radio: Pauta auspicio en 3 radios con perfil informático y mayor cobertura nacional, logrando un alcance de 18,12% y con una frecuencia total de 56,37. En niveles de grp's 1.021 total campaña.

Estuvimos presente en el bloque horario de la mañana, tarde y noche (Horarios que mejor performance). Radio ADN (Alcance 7,37%), Radio Sonar (alcance 6,27%) y, por último, Radio Bio Bio (6,14%).

Pre evolución radios HM 25-55 ABC1C2 - 1.088.017/1.616		Bio-Bio	ADN	SONAR
Inserciones	225	60	93	72
Contactos (ooo)	11.114	3.259	3.712	4.144
Cobertura (oo)	197	67	80	68
Cobertura (%)	18,12%	6,14%	7,37%	6,27%
Repetición	56,37	48,81	46,26	60,72
GRP	1.021,52	299,53	341,14	380,86

OOH: Los elementos seleccionados son para generar mayor cobertura y frecuencia en el sector oriente. Con el circuito de Led Mob Urbano logramos un alcance óptimo de 65.654.184. Además de estar presente en el mall de C.Center con una pantalla led grande para generar impacto a las personas que están transitando dentro del mall, logrando un alcance de 3.200.00.