

BYD



NOMBRE Y NÚMERO DE LA CATEGORÍA:
Categoría 12: Lanzamiento de producto.

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Lanzamiento Nuevo BYD Dolphin Mini.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:
BYD.

**NEW
DOLPHIN MINI**

**ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO**

P R E M I O S
EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

⚡ 100% ELÉCTRICO URBANO

BYD

1.) INTRODUCCIÓN: PLANTEO Y DIAGNÓSTICO:

En noviembre de 2022, BYD Auto Chile hizo su entrada oficial al mercado chileno, representada por Astara. La introducción de la marca en el país incluyó ocho modelos: Qin Plus, Seal, Dolphin, Song Plus, Yuan Plus, Tang, Han y el Dolphin Mini. Este último es el modelo más reciente y económico de la marca en Chile, con un precio competitivo de \$19.990.000, haciendo accesible la tecnología de vanguardia de BYD a un público más amplio.

La gama de modelos de BYD Auto Chile se destaca por su diseño innovador, que combina estilos modernos con tecnología avanzada y eficiencia energética, ofreciendo una experiencia de conducción que prioriza tanto el estilo como el rendimiento sostenible. El Dolphin Mini, con una autonomía de 380 km, es una prueba del compromiso de BYD con la innovación y la eficiencia en la movilidad eléctrica.

El plan de expansión de BYD Auto Chile incluye la apertura de 16 sucursales a lo largo del país en su segundo año, consolidando su presencia en diversas regiones y ofreciendo soluciones de movilidad y tecnología junto con un servicio de postventa integral.

NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS.

⚡ 100% ELÉCTRICO URBANO

BYD

2.) PROPUESTA / ENUNCIADO:

El objetivo principal de la campaña es lanzar en Chile el DOLPHIN MINI, el modelo más asequible de BYD Auto Chile, con el fin de masificar la electromovilidad en el país. La estrategia incluye generar un hito mediante acciones comunicacionales y una robusta campaña de marketing para dar a conocer el octavo modelo de BYD en el mercado chileno.

2.1 Audiencia:

La campaña se centra principalmente en llegar al consumidor final para impulsar las ventas y apoyar el negocio. Sin embargo, también se considera fundamental involucrar a los stakeholders clave de la marca, como la prensa automotriz, líderes de opinión y referentes del sector, para amplificar y masificar el mensaje.

NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS

100% ELÉCTRICO URBANO



BYD

2.2 Mensajes a Transmitir:

Cambio de Paradigmas e Impulso de la Electromovilidad en Chile:

La llegada del DOLPHIN MINI a un precio más accesible que otros modelos ha marcado un cambio de paradigma en la industria automotriz chilena. Este vehículo permite a los consumidores obtener un auto de alta gama a un costo económico, abriendo nuevas posibilidades y oportunidades en la electromovilidad. Este hito ha posicionado a Chile como un mercado clave para BYD Auto Chile, catalizando la transición hacia vehículos eléctricos más asequibles y sostenibles.

2.3 Precio Competitivo:

La llegada del DOLPHIN MINI marca un hito importante en la electromovilidad, posicionándose como el modelo más económico de la marca y uno de los más accesibles en el mercado global. En Chile, el DOLPHIN MINI rompió la barrera de los \$20 millones de pesos, siendo la primera marca en ofrecer un auto eléctrico por debajo de este precio.

NEW

DOLPHIN MINI

**ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO**

**Nº1
EN VENTAS**

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS

100% ELÉCTRICO URBANO



The BYD logo is displayed in a white, stylized font at the top center of the image. The background features a modern building at dusk with a woman in a white shirt and orange skirt walking past a bright green BYD Dolphin Mini car.

3.) DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN TÁCTICAS Y ACCIONES

Durante la promoción del DOLPHIN MINI, se usó el canal de Instagram para dar a conocer el nuevo modelo, como también el evento de lanzamiento del vehículo y el sorteo de un auto.

Por otro lado, la estrategia de PR, destacó por la gestión de prensa que hubo, donde el gerente general de BYD Auto Chile, Cristián Garcés, dio entrevistas en distintos medios de comunicación para anunciar la llegada del DOLPHIN MINI y cómo su lanzamiento cambiaría el rumbo de la electromovilidad en Chile, además de una gestión activa de prensa.

31 PR: Se generó una estrategia comunicacional que comenzó desde febrero de 2024, en donde ya se empezó a hablar sobre el DOLPHIN MINI. El anuncio de este nuevo vehículo de la marca a la prensa se fue dando en distintas entrevistas radiales exclusivas, de la mano del gerente general de BYD Astara, Cristián Garcés.

NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS.

 100% ELÉCTRICO URBANO



BYD



NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS.

Planificación: A lo largo de la planificación del lanzamiento se mantuvo contacto tanto con BYD como con Inbrax y la agencia de comunicaciones PARLA, en donde se hicieron diversas reuniones para ir en línea con el tratamiento que se iba haciendo para el día del evento.

Generación de contenidos: La estrategia permitió generar un total de 37 notas respecto al lanzamiento del DOLPHIN MINI, donde 32 fueron publicadas online, tres en medios impresos, dos en radio y una en televisión.

 100% ELÉCTRICO URBANO

BYD

3.2) Plan ON y OFF:

Etapa teaser: se efectuó desde el 1 hasta el 3 marzo, para generar expectación, ansiedad y entusiasmo en la audiencia, del modelo nuevo ad portas a lanzarse. En esta etapa solo contamos con despliegue en medios ON.

Etapa concurso: se creó una landing page especial de concurso con el llamado de "Gánate un BYD Dolphin Mini" con la intención que los clientes, usuarios y/o prospectos se inscribieran para dejar sus datos (aporte de BB.DD al CRM de la marca) y asistir al evento que se realizó el 2 de abril. Junto con eso, la persona adicional tenía que realizar idealmente el test drive durante el evento, presentando su licencia de conducir al día. Teniendo estos requisitos vigentes: datos, asistencia y test drive, ya estaban participando automáticamente por este increíble premio.

NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS

100% ELÉCTRICO URBANO



BYD

Etapla develación: desde el 4 de marzo, se realizó un completo despliegue publicitario en medios ON y OFF: Meta, Google Ads, avisos + banners en medios de prensa (Cooperativa y LUN), publirreportajes a gerencia de la marca (Cooperativa), spot de TV en Canal 13, radios en T13, Play y Sonar, FOOH y vía pública (siendo el Building Wrap que más destaca en el sector oriente de Santiago).

Etapla evento final: se realizó el 2 de abril en el sector de CorpArtes de la comuna de las Condes, donde el acceso fue libre para todo público; para quienes captaron la invitación por RR.SS y para la gente que caminaba alrededor. En el mismo hubieron muchas actividades entretenidas de 8.30 a 19.00 horas para los participantes: desayuno exclusivo para todos los periodistas de medios especializados, develación oficial del auto, test drives durante todo el día, cobertura en directo de un matinal de televisión y streamings durante toda la jornada en RR.SS y Youtube de la marca y plan de despliegue en avisos de prensa y radio.

NEW

DOLPHIN MINI

**ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO**

**Nº1
EN VENTAS**

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS

100% ELÉCTRICO URBANO



BYD

4.) RESULTADOS Y EVALUACIÓN:

4.1 PR

- 36 notas.
- 30 publicaciones online.
- 3 en medios impresos.
- 2 en radio y una en televisión.
- El 84% en medios Tier 1.

4.2 ON:

- 6.6 Reproducciones de video, total en plataformas Ads.
- 4.1 millones de usuarios alcanzados.
- Leads Ads totales: 693.
- Plataformas con mayor rendimiento: Meta y TikTok.

4.3 RR.SS:

- Impresiones: 84,701.
- Alcance: 79,961.
- Interacciones: 2,594.
- Engagement: 3.2%.

NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS.

⚡ 100% ELÉCTRICO URBANO

BYD

4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN:

4.4 TV:

En Canal 13 y Mega finalizamos con niveles positivos, logrando +11,3% en grp's sobre lo proyectado.

Los días que mejor rating obtuvimos fueron lunes y jueves.

4.5 OOH:

Elementos de alto impacto y con ubicaciones de mayor flujo peatonal y vehicular, además de ser elementos con mayor visibilidad.

Estuvimos con 3 elementos:

- Building Wrap ubicado en Vitacura (afluencia mensual 5.541.136).
- El Gran Monumental, ubicado en Vespucio Norte (afluencia mensual 4.470.078).
- Y el Mega Monumental ubicado en Costanera Norte (afluencia mensual 1.128.000).

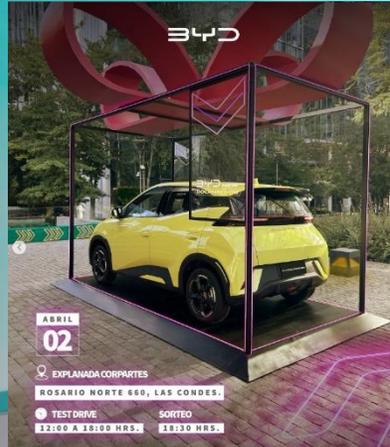
NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

Nº1
EN VENTAS

A NIVEL GLOBAL
DE AUTOS ELÉCTRICOS.

⚡ 100% ELÉCTRICO URBANO



NEW DOLPHIN MINI ELÉCTRICO EFICIENTE ENTRETENIDO

Nº1 EN VENTAS A NIVEL GLOBAL DE AUTOS ELÉCTRICOS.

Haz click aquí para ver el Video Case: https://youtu.be/ygTCxbkOVsM

100% ELÉCTRICO URBANO

BYD



NEW
DOLPHIN MINI

ELÉCTRICO
EFICIENTE
ENTRETENIDO

P R E M I O S
EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

NOMBRE Y NÚMERO DE LA CATEGORÍA:
Categoría 12: Lanzamiento de producto.

TÍTULO DEL PROGRAMA:
Lanzamiento Nuevo BYD Dolphin Mini.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:
BYD.

 100% ELÉCTRICO URBANO