

SUPERMERCADOS TOLEDO

Marca: Supermercados Toledo

Producto: Relanzamiento de marca.

Campaña: Cuándo vence?

Categoría: 17.02 – Publicidad Institucional Televisiva

Persona responsable de la presentación del caso: Mariano Carrió (Responsable de Marketing)

Diagnóstico y Planteo:

Con 59 años de trayectoria, 1854 empleados y 31 sucursales en la ciudad, Supermercados Toledo tiene mucha historia, es muy trascendental en Mar del Plata. Por eso, más que un relanzamiento de marca, esta campaña es la renovación de un compromiso de esa marca con la ciudad que la vio nacer y crecer, con las familias, la comunidad y sobre todo con lo esencial. En un mundo donde la tecnología y la inteligencia artificial cada vez son más determinantes, Toledo buscó volver a los principios y las emociones esencial que tenemos los humanos. Nuestros valores.

Propuesta de Campaña:

El objetivo principal fue el de comunicar Una Historia de Valores. La campaña responde a una pregunta esencial en un lugar y en un mundo donde todo tiene fecha de caducidad. Donde todo es efímero. Cuándo Vence? Bajo este concepto la idea fue refloatar los valores que desde 1966 han hecho crecer a la marca. Y también a nuestra sociedad. La familia, la amistad, el amor, la confianza se ven reflejados en momentos cotidianos, únicos y especiales. La campaña se centra principalmente en honrar la historia y el presente de esta emblemática marca marplatense.

Desarrollo:

Para el lanzamiento de la campaña se realizó un evento conducido por la reconocida ex modelo y conductora Teté Coustarot. En el evento participaron más de 100 personas entre empresarios, periodistas y personalidades de la ciudad. En ese evento se proyectaron tres películas. Una que recopilaba la historia, otra de backstage con todas las incidencias de la producción y una tercera de 1', como pieza principal de la campaña, que rotó en los principales medios de la ciudad.

La campaña, además de un comercial de 1 minuto, tuvo vía pública, posteos en redes y radios que fueron rotando en las principales emisoras de la ciudad.

Resultados:

La campaña tuvo gran repercusión entre los marplatenses. Siendo una marca icónica de la ciudad, generó gran repercusión en los distintos medios de Mar del Plata.

Se estima que durante la pauta en la tanda de los canales, fue vista por más de 200.000 personas y escuchada por más de 70.000 personas en radio.

En facebook el total de +55k visualizaciones, +50k de likes y +40k de reenviados.

En instagram alcanzó los +100k de visualizaciones. Recibió +300k likes y fue compartido +200k.

En Youtube obtuvo +80k de reproducciones. +100k de likes y más de 80k de compartidos.

De esta forma, la campaña “¿Cuándo vence?” obtuvo una difusión de forma orgánica, amplia y llegando a todos los ciudadanos marplatenses..