Caso Eikon: Lanzamiento VOGE DS800X Rally

VOGE DS800X Rally: Tu momento es ahora – El plan de escape

Categoría 11: Eventos (Planificación, organización, difusión, concepto y ejecución)
Compañía: Gilera Motors Argentina para VOGE
Agencias asociadas: Burson, Bermuda, Broad CX, BDP
Área responsable: Marketing

Responsable del caso: Carolina Maceda, Gerente de Marketing de Voge Argentina

---

1. Introducción y contexto: la decisión de escapar

Hay un instante en la historia de una marca donde las reglas del juego cambian para siempre. Un momento donde se deja de acompañar el ritmo del mercado para empezar a marcarlo. Para VOGE —marca premium distribuida en Argentina por Gilera Motors— ese instante llegó en la segunda mitad de 2025. Con un crecimiento exponencial que multiplicó por diez su tamaño desde su desembarco en 2021, la marca se encontraba ante su desafío más importante: el lanzamiento de la **DS800X Rally**, una moto pensada para terrenos sin reglas.

No era un debut cualquiera. Argentina, España e Italia lideraron la preventa y el lanzamiento con el objetivo de conquistar el segmento Adventure. Este segmento, dominado por gigantes históricos y usuarios altamente escépticos de la publicidad convencional y las marcas chinas, sumado a la expectativa que generaba el acceso a la información de Europa hicieron que VOGE Argentina entendiera que para marcar un hito había que hacer las cosas de una forma diferente, generar impacto y diferenciarse, no bastaba con mostrar una buena ficha técnica. La iniciativa consistió en invitar a referentes del sector a escapar de la rutina a través de una experiencia única y poner a prueba la máquina con pilotos experimentados en el escenario más hostil y espectacular del país: el noroeste argentino.

2. El Desafío: desmantelar el escepticismo

El mercado de las dos ruedas vivía una tensión latente. La expectativa alrededor de las marcas asiáticas y, específicamente, de este modelo era inmensa; toda la industria, la prensa y los usuarios esperaban el desembarco de la DS800X Rally con una mezcla de intriga y exigencia técnica.

El desafío de comunicación consistía en capitalizar ese "warm-up" del mercado y transformarlo en una validación irrefutable. El diagnóstico estratégico reveló que debíamos:

1. **Sostener la tensión:** alimentar la intriga durante meses antes de que la moto pisara suelo argentino.
2. **Demostrar sin filtros:** dada la naturaleza del producto, someter el producto a la exigencia extrema de pilotos – se seleccionaron profesionales con al menos un Dakar en su haber.
3. **Orquestar una comunidad:** diseñar un evento que no se sintiera como una presentación de producto, sino como un ritual de pertenencia.

3. Estrategia de expectativa: el camino de la intriga

Un gran escape no se improvisa; se planifica detenidamente, pensando en cada detalle. Antes de que la DS800X Rally fuera develada en Cafayate, la marca activó una estrategia de expectativa en tres etapas que encendió las alarmas del segmento.

Etapa 1: Evolution Tour y el prototipo secreto (septiembre 2025)

Del 4 al 7 de septiembre, VOGE puso en marcha la segunda edición de su ya clásico EVOLUTION TOUR (una travesía de tres días exclusiva para usuarios) en esta oportunidad con la DS900X, buque insignia de la marca. Mientras el grupo recorría las desafiantes e imponentes rutas de los Valles Calchaquíes mimetizándose con el paisaje, se ejecutó una acción clave de forma encubierta: **Javier Pizzolito** - leyenda del Rally Dakar y del Rally Cross Country argentino, recorrió los mismos terrenos con la única DS800X Rally disponible en el país. Sin brief, Pizzolito testeó la moto al límite en un entorno áspero. Los registros de esa dura travesía se convirtieron en un video de validación técnica de alto valor que se reservó para el futuro lanzamiento.

Etapa 2: La "caja de la intriga" en concesionarios

De regreso al asfalto, VOGE instaló el misterio de manera física. Una serie de cajas cerradas de gran tamaño llegaron a concesionarios clave de la red generando intriga por su contenido, acción que continuó fomentando la expectativa entre los usuarios.

Etapa 3: El unboxing del "Plan de Escape" y el efecto FOMO

A las puertas del evento, VOGE se subió a la marea de expectativa. Los invitados seleccionados (iProfesional, Ámbito Financiero, Moto Argentina -Ángelo Gallici-, El Ángel Copiloto, Tato Machuca, Mariano Garbini, Lorena Lorca, entre otros) recibieron un sobre de cuero con la invitación a este "Plan de Escape": las coordenadas y un road map -al mejor estilo rally- con detalles de la agenda de los tres días que duraría el evento. La acción en redes sociales provocó un fenómeno

orgánico inédito: creadores de contenido y referentes del sector que no figuraban en la lista original contactaron proactivamente a la marca pidiendo ser incluidos en la aventura. El plan de escape ya era viral.

4. Objetivos

Cualitativos

- **Validar la confiabilidad:** demostrar la confiabilidad e ingeniería de la DS800X Rally en terrenos reales de nivel Dakar por expertos en Rally.
- **Construir comunidad:** generar un evento único y distinto para la red comercial, prensa, creadores de contenido, etc. pensando en todos los detalles: la elección de cada venue, el catering, el ambiente y la conversación; todo ello con el fin de celebrar el desembarco del nuevo modelo y afianzar los vínculos con la red comercial, aprovechando la oportunidad para presentar los logros del año que finalizaba y compartir los proyectos de 2026.
- **Liderar la conversación premium:** desmitificar prejuicios de origen y posicionar a VOGE como un rival tecnológico y dinámico confiable y único en la alta cilindrada.

Cuantitativos

- **Lograr cobertura y visibilidad en la conversación pública:** conseguir +30 impactos editoriales de alta calidad en medios especializados y contenidos de influencers clave de Argentina y la región.
- **Maximizar el engagement digital:** superar los 5 millones de impactos en el ecosistema digital, manteniendo un engagement-rate superior al 4%.
- **Impulsar resultados comerciales contracíclicos:** crecer en SOM en el segmento de + 300cc y consolidar a la DS800X Rally como el modelo más fuerte en su categoría.

5. Ejecución: el escape a Cafayate

La gran huida se ejecutó con precisión matemática del 7 al 9 de octubre de 2025. Un engranaje perfecto donde la tecnología de la marca y la inmensidad de Salta se fundieron en una experiencia única.

PRE-EVENTO	DÍA 1: BIENVENIDA	DÍA 2: PRESENTACIÓN OFICIAL

Evolution Tour con prueba secreta de Javier Pizzolito (sept)	Transfer desde el Aeropuerto de Salta hasta Cafayate	Almuerzo y charla “Razón, corazón y motocicleta” con Andrés Rieznik
Cajas de intriga en concesionarios	Alojamientos en Grace Cafayate y Patios de Cafayate	Evento de revelación de las motos.
Envío de kits de Plan de Escape	Cena de bienvenida en Bad Brothers	Test rides en el viñedo con degustación de vinos locales y cena post experiencia

El copiloto digital: Bot VOGE Argentina

La logística de traslados aéreos, reservas de hotel y acreditaciones de los más de 80 invitados fue coordinada en tiempo real a través del **Bot VOGE Argentina**, un conserje digital automatizado que guió a los participantes en cada paso de su escape, fusionando la tecnología de la marca con el confort premium de la organización.

Martes 7 de octubre: el punto de encuentro

Los invitados fueron recibidos en el Aeropuerto Internacional Martín Miguel de Güemes de Salta por transfers oficiales de la marca que los trasladaron hacia Cafayate. Tras acomodarse en los hoteles **Grace Cafayate** y **Patios de Cafayate**, la primera noche se selló con una cena de bienvenida y camaradería del todo el grupo en **Bad Brothers.** Bajo una atmósfera de luces tenues y música relajada, se dio la bienvenida y los invitados tuvieron la oportunidad de compartir momentos y conectar con la marca, fundando el sentido de comunidad y elevando la expectativa por lo que sucedería al amanecer.

Miércoles 8 de octubre: el día del escape

- **La Razón y el Corazón:** la jornada comenzó en **Estancias de Cafayate**, donde el neurocientífico Andrés Rieznik brindó su reveladora charla *"Razón, corazón y motocicleta. Hacia un nuevo consumidor"*, cruzando la toma de decisiones racionales con el impulso visceral que define al verdadero motociclista.
- **El atardecer de la revelación (17:00hs):** con la conducción de los reconocidos periodistas **Pablo Schillaci** y **Macarena Núñez**, el epicentro del lanzamiento se trasladó a la bodega **Viñas en Flor**. Tras revelar la sólida estrategia comercial, el escenario se encendió con una entrevista en vivo a los pilotos del Dakar: Benjamín Pascual, Pablo “Cacha” Rodríguez, Juan Suárez Zapata, Mario Alonso Garrido (piloto español) y Marcelo Sánchez,

quienes contaron sus expectativas respecto a la moto y al desafío que los esperaba, volver a las tierras Dakarianas, etc.

- **La verdad sin filtros:** en ese instante de máxima emoción, se proyectó el video de la prueba de Javier Pizzolito, realizada previamente en el Evolution Tour donde explicaba a los presentes sus sensaciones con la moto. Acto seguido, enmarcadas por un atardecer épico, las DS800X Rally se develaron ante los ojos del público.
- **Test drives entre viñedos:** los invitados tuvieron la posibilidad de probar la DS800X Rally en primera persona, aquellos dispuestos pudieron equiparse con casco, campera y guantes. 8 unidades de la nueva DS800X Rally disponibles para ser testeadas y disfrutadas en el camino del viñedo entre las vides de la bodega justo en el momento de la caída del sol tras los cerros.
- **La exigencia técnica continúa:** al día siguiente y finalizada la presentación formal de la DS800X Rally, los 5 pilotos invitados junto al equipo de producción de Voge, partieron a un periplo que los llevaría por caminos Dakarianos durante dos intensas jornadas de manera tal que pudieran testear las motos a fondo bajo condiciones de máxima exigencia para generar contenido de ingeniería post-evento. El resultado técnico fue impecable: ninguna unidad sufrió roturas, averías mecánicas ni fallas electrónicas, completando el desafío con una confiabilidad del 100%.

6. Resultados y evaluación de impacto

A. Resultados de prensa, visibilidad y ecosistema digital

- **Cobertura editorial de elite: 37 artículos periodísticos** publicados en medios target nacionales e internacionales, logrando una audiencia acumulada de **11.4 millones de personas** y un Ad Value estimado de **USD 15,400**.
- **La ola digital:** el unboxing previo y la cobertura en vivo desataron una tormenta digital con **74 contenidos** de alta calidad generados por los propios asistentes.
- **Métricas de impacto:** más de **7.8 millones de impactos digitales** acumulados en plataformas (paid, orgánico e influencers) con un **engagement rate sobresaliente de 4.89%**.

B. Resultados de negocio e impacto comercial

- **Tráfico calificado:** la expectativa generada impulsó un **incremento del 16% en las visitas** al sitio oficial de VOGE en busca de la preventa de la DS800X Rally.
- **Liderazgo de ventas:** con **948 unidades patentadas** en tiempo récord (últimos 6 meses), el nuevo modelo se convirtió en el líder absoluto del portafolio de la marca.
- **Hito contracíclico en segmento premium (+300cc):** en un mercado premium en clara contracción (que cayó del 10.1% al 9.4% de patentamientos totales en el Q4 de 2025), VOGE creció de forma contracíclica y exponencial, **escalando de un promedio de 11.8% (enero a septiembre 2025) de participación de mercado a un histórico 15% (Q4 2025)** impulsado directamente por el éxito de Cafayate.
- **Consolidación en el ranking nacional:** VOGE se ratificó de manera sólida como la **segunda marca más vendida de Argentina en la categoría de cilindrada premium (+300cc)**.
- **Dinámica de red de ventas:** sintonía comercial impecable, registrando **339 unidades de Sell In en octubre** y **252 en noviembre** distribuidas con éxito a través de sus 25 concesionarios oficiales.

7. Conclusión

La DS800X Rally llegó al mercado argentino precedida por la expectativa, pero se consagró a través de la experiencia. La estrategia de VOGE demostró que la comunicación efectiva en la era digital no ocurre en una sola pantalla, sino en la perfecta sincronización de la intriga previa, la automatización tecnológica del viaje y la adrenalina compartida en el terreno más desafiante.

Al unir a leyendas del Dakar con los principales líderes de opinión de la industria bajo el cielo épico de Salta, el "Plan de Escape" se transformó en un hito absoluto de posicionamiento y conexión humana. No fue solo la introducción de un nuevo modelo; fue la consolidación de una marca en constante evolución que está transformando los paradigmas de toda la categoría. Y VOGE demostró en Cafayate que el futuro de la aventura ya está en marcha, liderando el camino de esa evolución.