KIA

MOVING ART

EDICIÓN **COPA DEL MUNDO 2026**

Nombre y número de la categoría:
18.02 / Brand film
Capítulo: General
País: Argentina
Título del Programa : Kia Moving Art, "El camino del Héroe"
Departamento y/o agencia que realizó el brand film: Grupo BeneMedia
Personas responsables que presentó el caso: Diego Farruggio / Natalia Notar

Lanzamiento
Brand Film

Objetivos

Generar un lanzamiento digital de alto impacto para el estreno del Brand Film de Kia Moving Art, construyendo expectativa previa, maximizando audiencia en el estreno y potenciando la conversación orgánica y paga durante las primeras horas de publicación.

Transformar el lanzamiento del brand film en un momento digital sincronizado, donde toda la comunidad de Kia, líderes, partners y audiencias activen al mismo tiempo para convertir el estreno en conversación cultural.

Día y horario

- Martes 9 de junio
- 19:30 hs Argentina
- Estreno oficial en YouTube

#1 TEASER EXPECTATIVA

Countdown YouTube

Activación del estreno programado en YouTube con countdown oficial.

Objetivos:

- Generar expectativa previa
- Centralizar audiencia
- Incentivar recordatorios y suscripciones
- Construir percepción de “evento”

Acciones:

- Programación del estreno con miniatura oficial
- Chat habilitado previo al estreno
- CTA en todas las piezas digitales: “Activá el recordatorio”

Countdown Redes Sociales

Serie de contenidos teaser en redes sociales durante los días previos.

Formatos:

- Stories con countdown sticker
- Reels teaser
- Frases conceptuales del film
- Frames cinematográficos

Objetivo:
Mantener frecuencia y construir expectativa progresiva hasta el estreno.

#2 PRE - LANZAMIENTO
FALSO VIVO

Video previo al estreno

Contenido tipo “falso vivo” emitido minutos antes del lanzamiento oficial.

Participantes:

Diana
- CEO
- Gerente de Marketing

Contenido:

- Breve introducción al proyecto
- Insights del proceso creativo
- Qué representa Kia Moving Art
- Invitación al estreno en vivo

Objetivo:
Humanizar la campaña, generar cercanía y aumentar permanencia antes del estreno.

#3 ESTRENO OFICIAL

Lanzamiento simultáneo en YouTube

Publicación oficial del Brand Film el martes 9 de junio a las 19:30 hs.

Acciones complementarias:

- Activación simultánea en redes
- Push de links directos
- Stories en tiempo real
- Comentarios fijados
- Moderación y conversación activa

Objetivo:
Concentrar tráfico y visualizaciones en una única ventana horaria para potenciar el algoritmo y el impacto inicial.

#4 VOCERÍA DIGITAL

Primera línea digital sincronizada

Publicación coordinada de líderes, talentos y stakeholders en simultáneo.

Participantes:

- Voceros Kia
- Equipo directivo
- Creativos
- Partners
- Artistas involucrados
- Embajadores

Formato:

- Copy unificado adaptable
- Link al estreno
- Assets oficiales
- Stories + posteos feed + LinkedIn

Objetivo:
Multiplicar alcance orgánico y generar percepción de conversación masiva alrededor del lanzamiento.

#5 COMUNICACIÓN INTERNA

Activación interna corporativa

Comunicación dirigida a colaboradores y equipos internos de Kia.

Formatos:

- Mailing interno
- WhatsApp corporativo

Contenido:

- Lanzamiento oficial
- Link al estreno
- Bajada conceptual
- Invitación a compartir

Objetivo:
Convertir a toda la organización en amplificadora del lanzamiento.

#6 PRENSA & PR

Gacetilla de prensa

Distribución de comunicado oficial a medios.

Contenido:

- Concepto de Kia Moving Art
- Desarrollo creativo
- Visión de marca
- Participantes
- Estreno oficial
- Declaraciones institucionales

Objetivo:
Expandir alcance editorial y posicionar la campaña como contenido cultural y de innovación.

#7 INVERSIÓN DIGITAL

Amplificación Paid Media

Estrategia de pauta segmentada para potenciar:

- Visualizaciones
- Reach
- Engagement
- Tráfico al estreno

Plataformas:

- YouTube Ads
- Instagram
- Facebook
- TikTok
- LinkedIn (corporativo)

Segmentaciones:

- Audiencias afines a diseño, arte, cultura y automotriz
- Audiencias Kia
- Lookalikes
- Remarketing

Fases:

- Teaser
- Lanzamiento
- Amplificación post estren

#8 PNTs TELEFE

Integración estratégica en Telefé

Desarrollo de acciones especiales y PNTs dentro de contenidos de Telefe para amplificar el lanzamiento del Brand Film Kia Moving Art y extender su alcance más allá del ecosistema digital.

Objetivos:

- Dar masividad al lanzamiento
- Llevar la campaña al entretenimiento y la cultura pop
- Generar reconocimiento de marca
- Potenciar búsquedas y tráfico hacia YouTube
- Conectar TV + redes + plataforma digital

*servicio a cotizar.

Kia Moving Art no se presenta

Se estrena

Una campaña diseñada para convertir un lanzamiento audiovisual en un momento digital compartido, amplificado y culturalmente relevante.


KIA
MOVING ART
EDICIÓN COPA DEL MUNDO 2026
¡Gracias!