

SUCCESS STORY

Mercedes Benz

Mercedes Benz gana el Super Bowl sincronizando Facebook Ads



Mercedes-Benz

CLIENTE

Mercedes Benz presentaba su último modelo, el Nuevo Clase C 2017 y sus servicios financieros flexibles y plan de pagos para adquirirlo.



OBJETIVO

Mercedes Benz tenía como principal objetivo generar el mayor Brand Awareness de los beneficios de su plan financiero para adquirir el Mercedes Benz Nuevo Clase C 2017.

ESTRATEGIA

Mercedes Benz no sólo es sinónimo de innovación en el sector automotriz sino que también en la manera de conectar con su público, siendo los primeros del sector en ejecutar una campaña de TV Sync, la cual consiste en sincronizar TVC en tiempo real con anuncios en facebook. Esto es posible ya que Adglow cuenta con una integración la cual permite que ésta innovación tecnológica sea una realidad.

Zenith Optimedia y Mercedes Benz en conjunto con Adglow, iniciaron la planeación de la campaña elegir la estrategia de Counterattack, detectando así los TVC de las marcas y modelos considerados como competencia, para impactar a los usuarios en facebook por medio de anuncios de Video del modelo Clase C 2017.

La campaña inició días previos al Super Bowl , evento idóneo para lanzar campañas de TV Sync aprovechando los grandes esfuerzos publicitarios que los anunciantes invierten en TVC para dicho evento. De ésta manera, se programó un Video Ad en Facebook a partir de una segmentación que incluyera al público afín a Super Bowl.

"Consideramos muy interesante y efectiva esta tecnología ya que nos ofrece la posibilidad de aprovechar a la audiencia en TV para conectarla con nuestra marca en facebook, logrando impactar a Clientes Potenciales. Definitivamente es una de las mejores estrategias que hoy existen para aprovechar al máximo el double screen"



Tania Martínez De La Madrid Brand Communication & Media Manager, Mercedes Benz