

## SUCCESS STORY

## Mexico CPTM

Cómo lograr 850.000 fans en 90 días

## CLIENTE

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) es el organismo encargado de coordinar, diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, así como promocionar el sinfín de increíbles destinos y actividades que México ofrece, en los mejores escenarios naturales y culturales.



+108  
PAGE LIKES

+1,104%  
VIDEO VIEWS

+112%  
ENGAGEMENT

## OBJETIVO

El principal objetivo de CPTM era conseguir aumentar el número de fans de su página en Facebook. Además, se buscaba ampliar el engagement con los usuarios que siguen a la marca y conseguir Video Views en sus anuncios de vídeo. El reto de esta campaña reside en incrementar el número de fans en un 25% en sólo 90 días, lo que corresponde a 850.000 nuevos fans.

## ESTRATEGIA

Por más de dos años consecutivos, en Adglow hemos tenido el privilegio de participar de la mano de la agencia de publicidad de Starcom en la creación y ejecución de las campañas de CPTM, promoviendo el turismo para diferentes destinos de la República Mexicana, tanto a nivel nacional como internacional.

Para alcanzar el objetivo de CPTM, Starcom junto con Adglow llevaron a cabo un constante monitoreo, generación de copies de acuerdo a cada mercado y a sus líneas de intereses, además de la creación y traducción de copies a diferentes idiomas y curación de contenido. También se dio respuesta creativa/efectiva ante situaciones de crisis, creación de thumbnails y se realizaron optimizaciones por segmentaciones de mayor rendimiento.

Para esta campaña se utilizaron tres tipos de formato de anuncio: Like Ads, Photo Ads y Video Ads. Basada en los intereses de la audiencia con respecto a: viajes, sol y playa, historia, cultura, aventura y gastronomía. Además de hacer uso de audiencias Lookalike con el objetivo de llegar a un número mayor de usuarios. La campaña se centraba en un target focalizado en diferentes zonas geográficas: USA, Canadá, Brasil, Alemania, Reino Unido y LatAm. (Argentina, Perú, Colombia).



*"Nuestra experiencia con Adglow ha sido muy positiva y recomendable. Una correcta planeación, implementación y sobre todo el trabajo en equipo logrado entre el CPTM – Starcom – Adglow, permitieron en 2015 obtener excelentes resultados con el incremento del 25% de fans en 90 días con un rendimiento óptimo, dignos de un caso de estudio. En cuanto a Adglow, el monitoreo constante y la gran capacidad de optimización, permitió reducir costos e incrementar overdelivery, así como la posibilidad de segmentación adecuada que ofrece Facebook para impactar los diferentes targets y mercados objetivo de CPTM alrededor del mundo."*

Eduardo Ugalde Digital Director de Starcom