

SUCCESS STORY

McDonald's

Sincronizando la campaña en tiempo real con la situación climática.

CLIENTE

McDonald's es líder global en el sector de la restauración, con más de 36.000 restaurantes repartidos entre 119 países, en los cuales sirven a 68 millones de clientes al día.



ANUNCIO 1
+74,9K
ENGAGEMENTS

ANUNCIO 2
+99,5K
ENGAGEMENTS

ANUNCIO 3
+21,5K
ENGAGEMENTS

OBJETIVO

En esta ocasión McDonald's quería promocionar el McFrozen, un nuevo producto en su menú, y generar el máximo engagement en los meses de verano de Brasil.

ESTRATEGIA

Adglow integró la tecnología meteorológica con su plataforma ADAM para lanzar anuncios sincronizados en tiempo real con las condiciones meteorológicas en más de 50 ciudades cerca de Sao Paulo, Río de Janeiro y Minas Gerais.

La integración entre ADAM y Ad-Pure Weather reconoció cuáles de las ciudades seleccionados, de una lista de 50, se encontraban entre 20-25, 25-30 y 31 o más grados centígrados, y lanzó diferentes creatividades en función de las condiciones meteorológicas del momento. Si estaba lloviendo no se activaba ninguna de las creatividades publicitarias.

El formato publicitario utilizado fue el Page Post Photo de Facebook para móviles y ordenadores, y además se segmentó la campaña por ubicación geográfica y comprendidos entre 18-65 años para lograr un mayor alcance.

ANUNCIO 1
Calor: 20°C - 25°C



ANUNCIO 2
Mucho calor: 25°C - 30°C



ANUNCIO 3
Calor extremo: +30°C



"En McDonald's creemos en la relevancia del mensaje. La solución proporcionada por Adglow nos dio la herramienta perfecta para lanzar un producto sensible a las condiciones meteorológicas, enviando las creatividades correctas a una determinada audiencia en el momento justo, considerando como variable la sensación térmica que era tan importante por su temporalidad y los atributos del producto."

Guilherme Coe LATAM Marketing at McDonald's