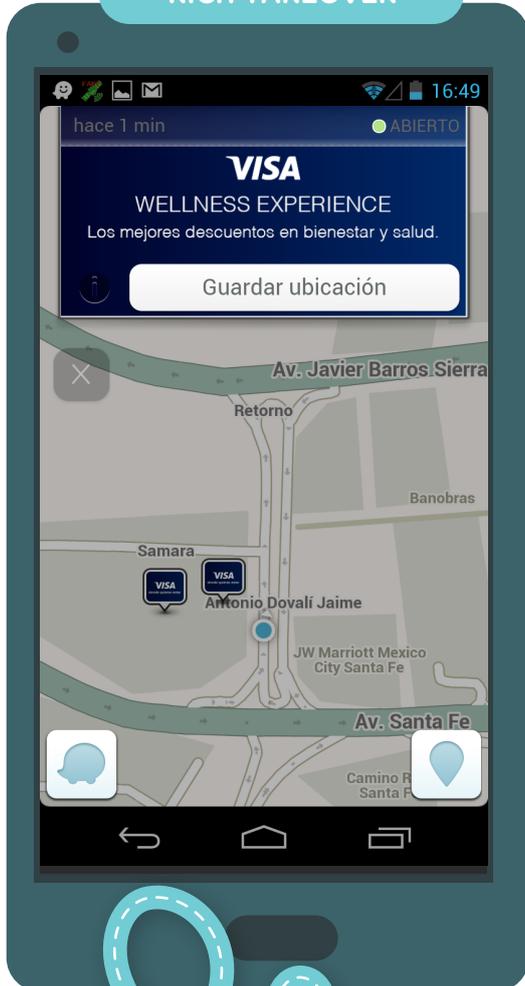


**VISA****CASO DE
ÉXITO****RICH TAKEOVER**

¿Cómo mejoró VISA su estrategia con comercios a través de un always on en Waze?

**PAÍS: MÉXICO
AÑO: 2015**

Visa es una compañía global de tecnología de pago que conecta a consumidores, empresas, instituciones financieras y gobiernos en más de 200 países y territorios para avanzar los pagos electrónicos seguros y confiables. Es una de las marcas de servicios financieros globales más reconocidas en el mundo y opera una de las redes del mundo más avanzadas de procesamiento - VisaNet - que es capaz de manejar más de 56.000 mensajes de transacciones por segundo, brindando protección contra fraudes a los consumidores y pago garantizado a los comercios.



¿CUÁL ERA LA NECESIDAD DE LA MARCA?

Visa le otorga mucha relevancia a los puntos de consumo y a la estrategia que tienen con los comercios que operan con sus productos y servicios. **De esta manera, necesitaban encontrar una plataforma que sirviera a su estrategia, y que pudiera apalancar el vínculo con los comercios.**



¿POR QUÉ LA EMPRESA ELIGIÓ WAZE?

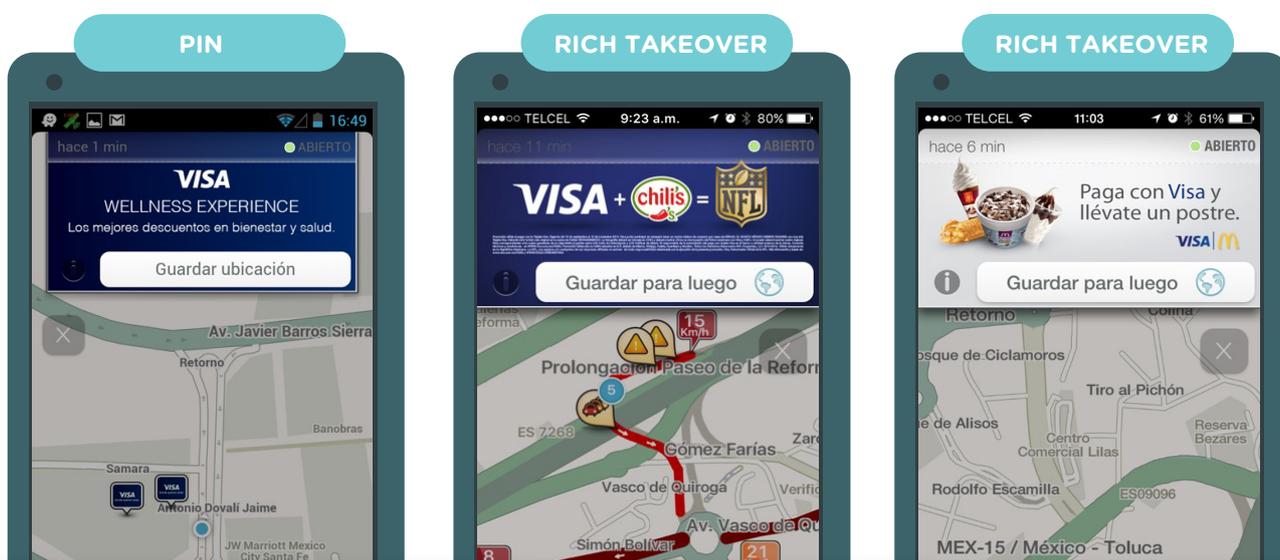
Eligieron Waze porque es una plataforma de geolocalización que le brindó a la marca la posibilidad única de **conectar directamente a los comercios asociados a sus tarjetas, con consumidores que se encontraban cercanos a sus puntos de venta.** Esto les permitió estrechar la relación que tienen con los comercios.

Visa detectó que los Wazers realmente prestan atención al navegar en la plataforma y debían capitalizar eso para alcanzarlos en los momentos y lugares relevantes con anuncios impactantes.



¿CÓMO FUE LA EVOLUCIÓN DE VISA DENTRO DE LA PLATAFORMA?

Las creatividades utilizadas dentro de la plataforma fueron evolucionando de manera consistente: desde anuncios simples, hasta promociones y llamados a la acción cada vez más directos.



¿CUÁL FUE LA CAMPAÑA MÁS DESTACADA?

Una de las últimas campañas con mayor impacto que tuvo la marca fue en asociación con una de las cadenas de restaurantes mexicanas más importantes. **La campaña consistió en una promoción de un 20% de descuento pagando con VISA en las sucursales del restaurante después de las seis de la tarde.**

La elección del horario fue elegida estratégicamente en función de que las personas que salían de su trabajo fuesen impactadas por el anuncio y pudieran aprovechar el beneficio. Definitivamente el horario ayudó a hacer que la comunicación fuese mucho más efectiva, y resolviera la principal preocupación de la cadena de restaurantes que era llevar tráfico a sus tiendas en el horario de la cena.

La promoción también fue comunicada en el restaurante y otros medios, respetando el insight más relevante: lanzar la promoción en el momento en que los Wazers se suben al auto para volver a sus casas.



RESULTADOS



+ de 8M
IMPRESIONES



+ de 9K
CLICKS



+ de 1.6K
NAVEGACIONES



+ de 8K
GUARDAR PARA
DESPUÉS

**20% de descuento
en restaurantes.**



LAS PERSONAS QUE SALÍAN
DE SU TRABAJO ERAN
IMPACTADAS POR EL ANUNCIO.

LA PROMOCIÓN TAMBIÉN FUE
COMUNICADA EN EL RESTAURANTE
Y OTROS MEDIOS.

¿QUÉ BENEFICIOS LE OTORGÓ WAZE A LA MARCA?



1

Direccionamiento de potenciales clientes al punto de venta y posibilidad de medición.



2

Posicionamiento de marca entre los usuarios de Waze.



3

Gran impacto de las comunicaciones entre los usuarios mexicanos.

TESTIMONIO:

“ Para comunicar el mensaje promocional de Visa, Waze nos permitió acercarnos al consumidor en el momento y lugar adecuado. Los buenos resultados obtenidos en la plataforma se dieron por la capacidad de comunicar un beneficio relevante a la ubicación y la hora del día para el consumidor.

”

Marco Antonio Pérez - Subdirector de Mercadotecnia Digital Visa México

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam