



# CASO DE ÉXITO



LA CAJA ELIGE WAZE PARA POSICIONAR  
SUS PUNTOS DE VENTA

## LA CAJA

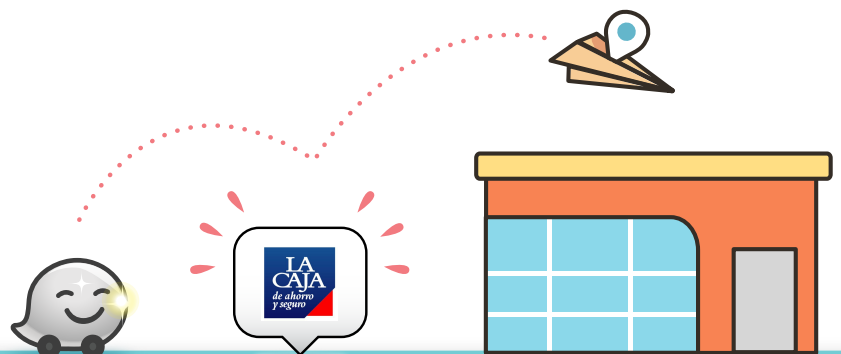
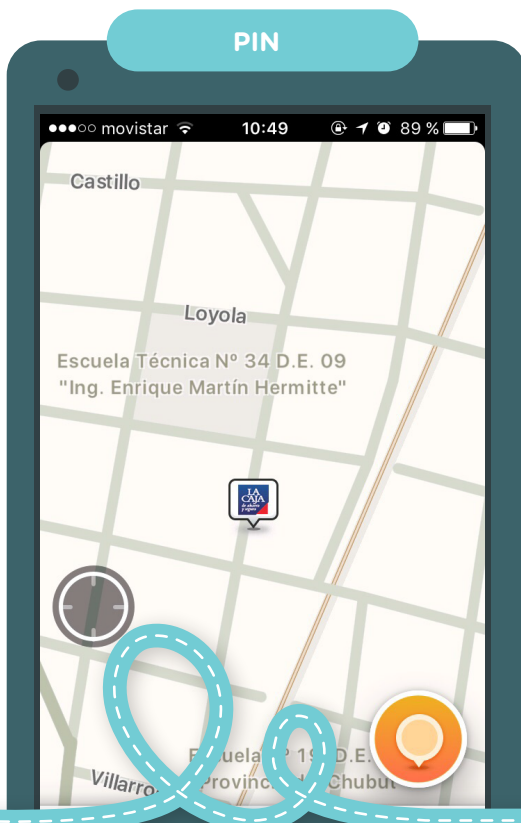
INDUSTRIA: SEGUROS

PAÍS: ARGENTINA  
AÑO: 2016

### ACERCA DE LA MARCA:

La Caja de Ahorro y Seguro, presente desde 1915 en la vida de los argentinos y con 68 sucursales propias a lo largo de todo el país, **siempre mantuvo una fuerte orientación hacia la tecnología y la innovación enfocada en el cliente.**

Comprometida con la calidad y el servicio, trabaja permanentemente en la transformación digital para lograr soluciones simples e inteligentes en el mercado de seguros.

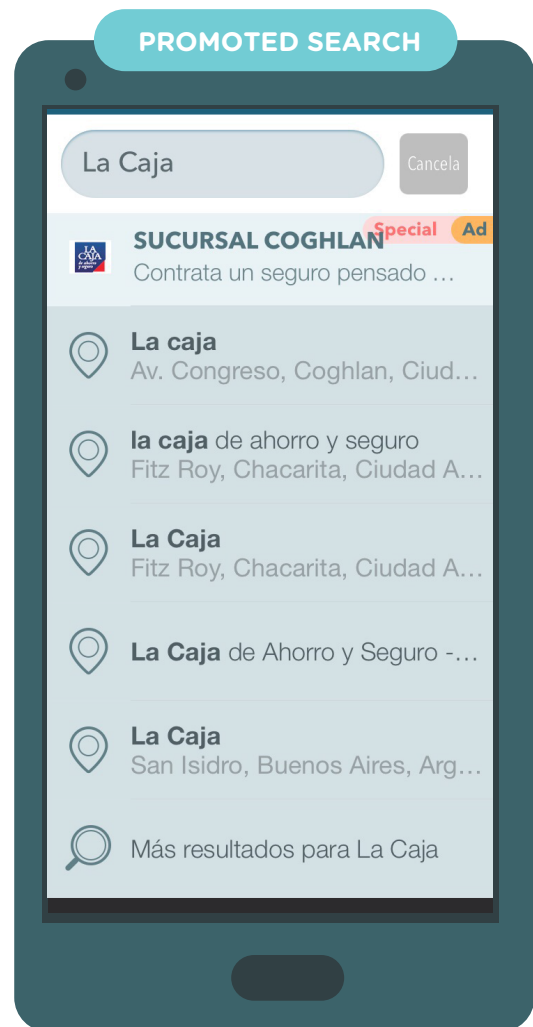
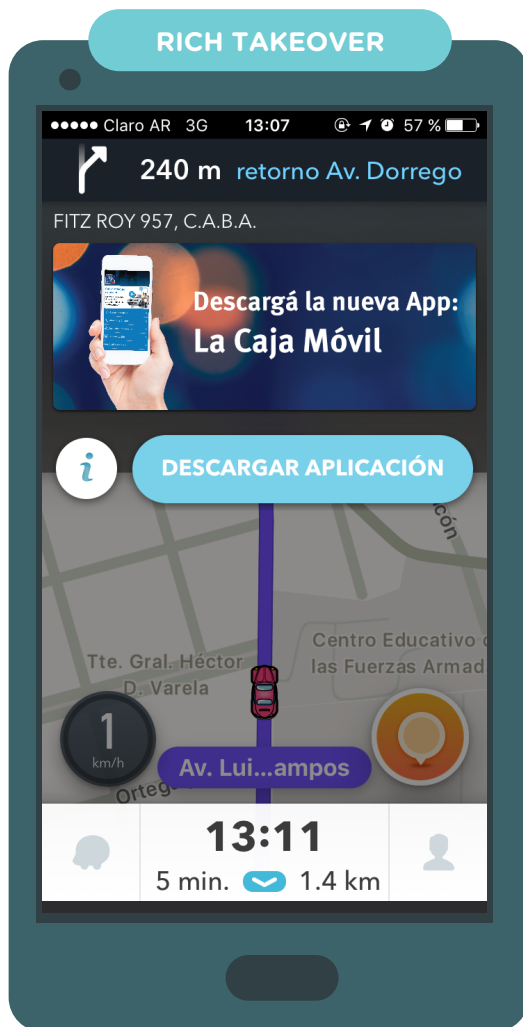


# DESAFÍO:

Su desafío principal era contribuir con la **generación de tráfico** hacia las sucursales, que poseen en Capital Federal y Gran Buenos Aires.

A través de Waze, buscaban **fortalecer la visibilidad** de sus locales y derivar a los Wazers a los mismos.

Dentro de la campaña Always On que realizaron en Waze, tuvieron otros objetivos específicos: **promocionar los lugares en donde se presentaba el Autocine “La Caja” e incentivar la descarga de la aplicación que lanzó la marca para sus clientes.**



PROMOCIONAR EL  
AUTOCINE “LA CAJA”

INCENTIVAR LA DESCARGA  
DE LA APLICACIÓN

# SOLUCIÓN

## LA CAMPAÑA:

Realizaron una campaña **Always On** en Waze utilizando diversos formatos:

- **PINS:** Para marcar los 31 puntos de venta en Capital Federal y Gran Buenos Aires, utilizando el **call-to-action "Ir Ahí"**, para derivar tráfico a los mismos. Por otro lado, utilizaron este formato para marcar todos los puntos en los cuales realizaron eventos como "Auto Cine La Caja", una activación de marca durante el verano en la costa Argentina.

- **RICH TAKEOVER:** cercanos a las distintas sucursales con el objetivo de conseguir mayor visibilidad y posicionamiento.

También, utilizaron estos anuncios con el objetivo de incentivar a los Wazers a descargarse la aplicación de La Caja. En este caso el call-to-action utilizado fue "Descargar Aplicación".

- **PROMOTED SEARCH:** los Wazers al buscar palabras clave dentro del buscador, tales como La Caja, obtenían como resultado en primera posición el anuncio de la marca.

## RESULTADOS

### PINS



**+3.636.300**

IMPRESIONES



**3,71%**

NAVIGATION RATE

### RICH TAKEOVER



**+222.199**

IMPRESIONES



**0,67%**

SAVE LOCATION

### SEARCH



**197.724**

IMPRESIONES



## CLAVES DEL ÉXITO

1

### ALTO NIVEL DE COBERTURA Y ALCANCE:

marcar en el mapa de Waze todos los puntos de venta de la marca en Capital Federal y GBA, permitió un alto grado de posicionamiento de la misma.

2

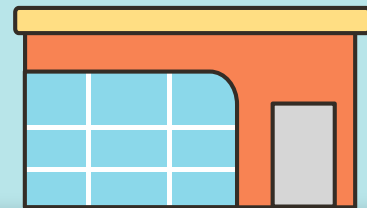
### ADECUADO CALL-TO-ACTION :

utilizaron el call-to-action correcto en función de los objetivos de cada una de las campañas que realizaron.

3

### PRESENCIA ALWAYS ON:

realizar una campaña a largo plazo, con presencia constante en la plataforma posibilitó un incremento del tráfico a los locales, que se acentúa día a día.



## TESTIMONIO:

“ En La Caja fomentamos la búsqueda permanente de nuevas herramientas y tecnologías que nos permitan acercarnos aún más a nuestros clientes. La plataforma publicitaria de Waze nos permite no sólo cumplir con este objetivo, también nos brinda la posibilidad de hacerlo en un contexto único y sumamente atractivo para nosotros. ”

MARTÍN CENTENO | GERENTE DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y WEB.

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam