



CASO DE ÉXITO

BCI INDUSTRIA FINANCIERA

PAÍS: CHILE
AÑO: 2015

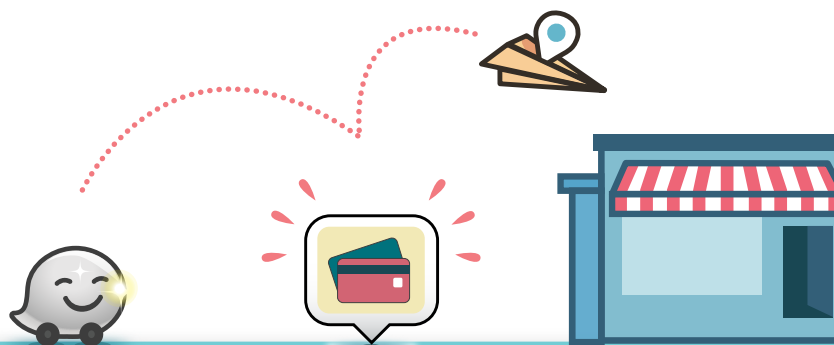
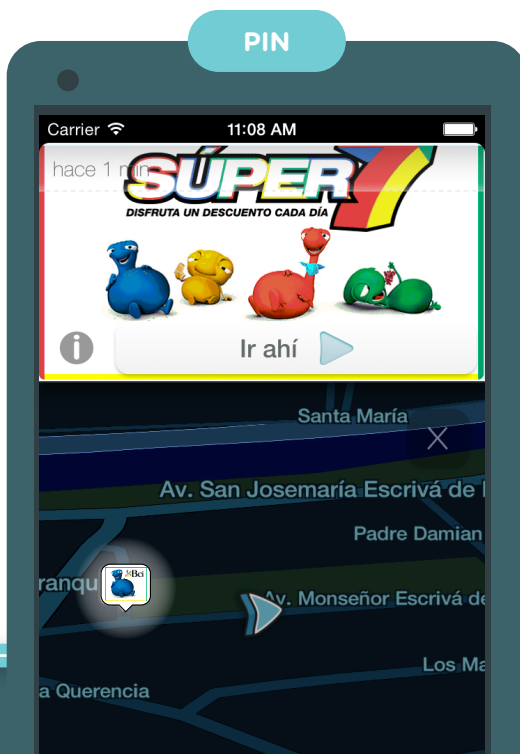
PÚBLICO:

BCI dirigió a los Wazers hacia los beneficios disponibles con las tarjetas del banco.

ACERCA DE LA MARCA:

El Banco de Crédito e Inversiones de Chile, BCI, es una empresa bancaria fundada en 1937 por Juan Yarur Lolas y un grupo de emprendedores, con el objetivo de apoyar a las pequeñas y medianas empresas chilenas.

BCI realizó la campaña “Habitualidad” con el fin de dar a conocer a sus clientes los beneficios obtenidos en la compra con tarjeta, para lo que se tomó a Waze como plataforma de la acción ubicando en el mapa a los comercios asociados.





DESAFÍO:

BCI buscó informar a sus clientes acerca de los descuentos y otros beneficios disponibles con las tarjetas del banco, destacando la ubicación concreta de los comercios asociados para que los usuarios puedan disfrutar de las distintas promociones.



La participación de Waze en la acción tuvo como finalidad

LOGRAR EL MAYOR ALCANCE POSIBLE,

y abarcar la variedad de comercios asociados segmentando los descuentos por días de la semana: lunes en farmacias; martes en locales de target femenino; miércoles en supermercados; jueves en restaurantes; viernes en cines; mientras que los días sábado y domingo se ofrecía doble acumulación de Puntos con la tarjeta de crédito Open Sky, para utilizar en viajes,

tiendas y canjear por cientos de productos de las mejores marcas.

Desde sus inicios, el banco se caracterizó por la innovación en sus servicios y la utilización de la tecnología como recurso efectivo. Por esto, la empresa encontró en Waze una plataforma óptima para implementar un mensaje claro y efectivo, con el fin de informar las direcciones de los locales asociados, destacar promociones disponibles y guiar a los Wazers hacia los mejores beneficios.

CAMPAÑA HABITUALIDAD

SEGMENTACIÓN EN DESCUENTOS



LUNES
FARMACIAS



MARTES
LOCALES FEMENINOS



MIÉRCOLES
SUPERMERCADO



JUEVES
RESTAURANTES



VIERNES
CINE



**SÁBADO
Y DOMINGO**
PUNTOS OPEN SKY

SOLUCIÓN



FORMATOS:

BCI utilizó:

- **PINS**, como anuncios precisos para señalar ubicaciones
- **RICH TAKEOVER**, para enfatizar las promociones.

LA CAMPAÑA:

La campaña se dividió en dos períodos llevados a cabo durante julio, agosto y septiembre:

ETAPA 1:

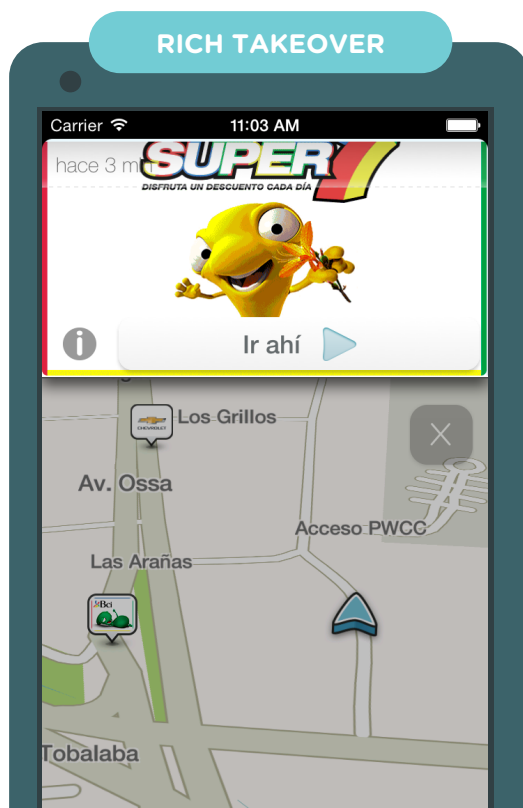
- Se geolocalizaron **40 PINS**, destacando durante los días martes **descuentos** para mujeres en centros de belleza y florerías, y los días jueves, un 50% en restaurantes pagando con las tarjetas de crédito BCI.

- Se utilizó el formato **Rich Takeover** en ubicaciones próximas a los comercios comunicando el mensaje de “Súper 7, un **descuento** para cada día” acompañado por el **Call-to-action “Ir ahí”**, que guiaba hacia el beneficio más cercano.



ETAPA 2:

- Se continuó con las ubicaciones de **descuentos** para mujeres los días martes, y beneficios en restaurantes los jueves, utilizando también **40 PINS**.
- Se adicionaron **68 PINS** destacando **beneficios** en supermercados los miércoles, **y descuentos** en cines los jueves, pagando con las tarjetas de crédito de BCI.



RESULTADOS



7.441.106

IMPRESIONES PINS



12.544

CLICKS PINS



237.792

IMPRESIONES
RICH TAKEOVER



1.752

NAVEGACIONES

CLAVES PARA EL ÉXITO:

1

Geolocalización de los beneficios:

El hecho de haber marcado en el mapa todos los lugares en los cuáles los clientes de BCI poseían beneficios, generó interés e impacto en los Wazers.

2

Implementar mensajes novedosos y atractivos:

Anunciar mediante el formato Rich Takeover, otorga mayor impacto y visibilidad gracias a la presencia de imagen.



TESTIMONIO:

“ La campaña ‘Habitualidad’ tuvo como principal fin potenciar el uso de las tarjetas, y para esto necesitábamos una plataforma que pudiera comunicar de manera efectiva la variedad de comercios asociados y generar tráfico hacia los mismos. En este sentido, Waze fue una opción perfecta, permitiendo impactar a los Wazers con la totalidad de beneficios disponibles, a través de mensajes organizados y precisos, arrojando excelentes resultados en cuanto al alcance y visibilidad de la acción como así también logrando un incremento en la utilización de las tarjetas BCI. ”

Andrea Fernández | Especialista en Marketing Digital | BCI

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam