

CASO DE ÉXITO

Backus Ice elige Spotify para compartir el ritmo del “Extrafrío”

Sinopsis

Backus utilizó al “Extrafrío” como eje del lanzamiento de Backus Ice, y utilizó Spotify para dirigir el mensaje al target objetivo, a través de la música como elemento de cercanía e interacción.



Desafío

En octubre de 2014 Backus lanzó una importante campaña de posicionamiento apalancándose en el “Extrafrío” como principal atributo.

Backus utilizó Spotify para dirigir el mensaje al target preciso, a través de la música como elemento de cercanía e interacción.

El objetivo de la marca fue incrementar la conexión emocional acercándose a su audiencia joven de 18 a 25 años. Se buscó modificar el Sentiment Neutro por uno positivo, y aumentar las interacciones con comentarios que generen en el target una emoción detrás de las iniciativas de la marca.

“Cuando comenzamos con la estrategia de campaña de verano para Backus Ice, queríamos marcar una diferencia, y acercarnos a una audiencia joven mediante una plataforma interesante para ellos. Es así como decidimos utilizar Spotify, ya que nos permitió no solo **impactar con nuestro mensaje a este target, sino también incorporarnos en el contenido a través de Playlists**, lo que nos brindó mayor cercanía y posicionamiento del producto, dando como resultado una acción con la que estamos muy satisfechos”.

MARY HELENA ASMAT
GERENTE DE MARCA - BACKUS ICE



ACERCA DE Backus

Backus es la empresa de cerveza líder en Perú. Cuenta con 5 plantas de producción descentralizadas ubicadas en Lima, Arequipa, Cusco, Moutpe y Pucallpa, además de una maltería y una planta de agua mineral.

Su portafolio está presente en más de 180.000 puntos de venta a lo largo y ancho de todo el país.

Backus Ice es la nueva cerveza de la marca que se sumó al catálogo de productos en 2014.



Solución

La campaña de verano de Spotify se implementó en los siguientes formatos:



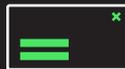
BRANDED PLAYLIST

Realizaron diversas listas en cada una de las fases: Sobre Dj Lata y Dj Yeti, listas para fechas especiales como Navidad y Año Nuevo y lista de Verano.



AUDIO+

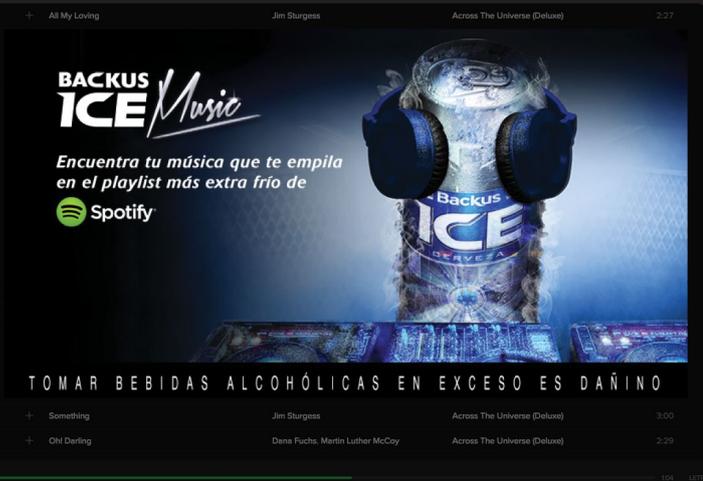
Se crearon 4 motivos de audio exclusivos para que los usuarios escucharan de acuerdo a sus estados de ánimo de cada día de la semana.



ADVERTISERS PAGE DISPLAY Y BILLBOARD

Para reforzar la presencia de marca.

Por otro lado, la segmentación que utilizaron fue por día de la semana y por edades de los usuarios, para llegar a su audiencia con mensajes pertinentes según el día.



Claves de Éxito

#01

Excelente combinación de formatos



La utilización de Audio +, Advertiser Page, Display, Billboards y Branded Playlists permitió un gran impacto y llegada a su audiencia y una gran visibilidad de marca.



#02

Llegada a la audiencia objetiva

La posibilidad que brinda Spotify de segmentar por edades, permitió a Backus Ice llegar con los mensajes a su target, jóvenes de entre 18 y 25 años.

#03

Co-creación y votación entre playlists:



La acción generó un gran engagement de la audiencia con la marca, a través de su participación activa en la creación conjunta con el target de las listas de música de cada Playlist y mediante la votación entre la lista de Dj Lata y de DJ Yety y además disfrutando de la música que ofrecía cada una de las mismas.

Resultados



2.275.618

Impresiones



134,602

Minutos escuchados en Spotify



5,926

Usuarios únicos en Spotify



8.625

Clicks



884

Seguidores de Playlists



4,091

Minutos en promedio por día en Spotify

Esríbenos para saber más acerca de las posibilidades que Spotify ofrece para tu negocio.



Spotify's Exclusive Ad Sales Partner In LatAm

www.imscorporate.com | Spotify@imscorporate.com | @IMSCorp