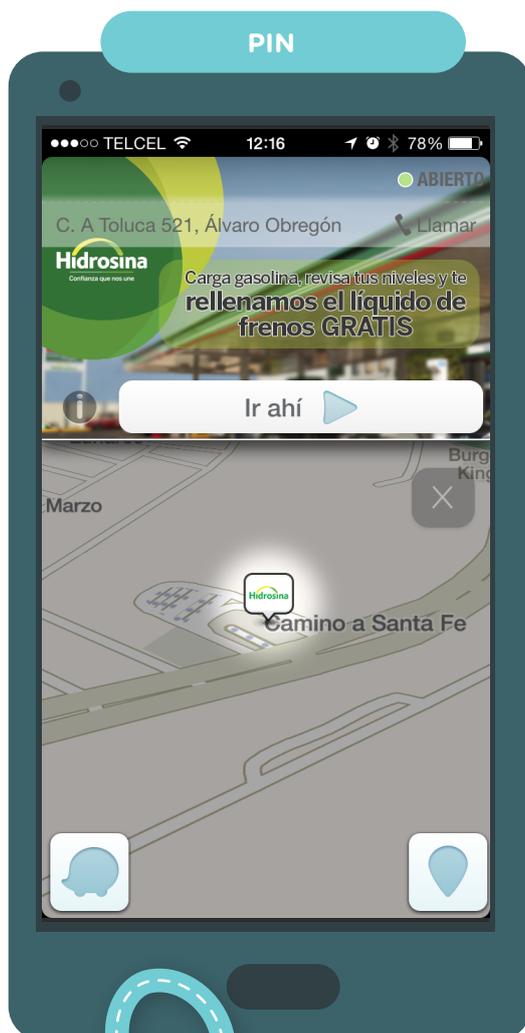




**Hidrosina**



CASO DE  
**ÉXITO**



**¿Cómo logró Hidrosina mejorar su brand awareness a través de su estrategia en Waze?**

## HIDROSINA

**PAÍS: MÉXICO**  
**AÑO: 2015**

Fundada en 1992, con inversión 100% mexicana, Hidrosina es el Grupo Gasolinero más importante de México. La empresa inició sus operaciones con 30 Estaciones en la Ciudad de México y posteriormente creó el concepto de Miniestaciones en el interior de la República siendo los pioneros en la creación de medios de pago, además de ser conocidos por el compromiso con el medio ambiente y la sociedad. Hoy en día la red cuenta con más de 200 Estaciones de Servicio construidas y equipadas con sofisticada tecnología que supera los estándares nacionales establecidos.

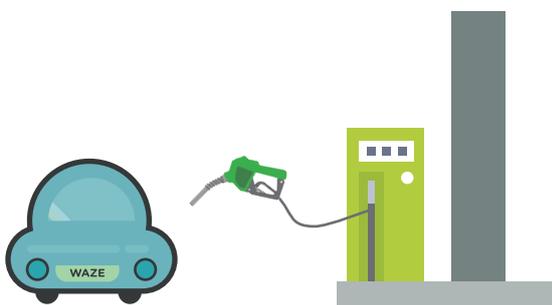
## ¿CUÁL ERA LA NECESIDAD DE LA MARCA?

*El objetivo principal de este año para Hidrosina consistía en reforzar el posicionamiento de la marca y, en segunda instancia, dirigir más tráfico a las ESTACIONES DE SERVICIO. De esta manera, necesitaba encontrar los medios que ayudarían a lograr que los usuarios asociaran de manera directa el logo con la marca.*



## ¿POR QUÉ LA EMPRESA SE APOYÓ EN WAZE?

Con este objetivo, Hidrosina eligió Waze por la conexión natural que existe entre las gasolineras y el usuario de Waze: **los conductores**. Así, lograría que su público objetivo – personas que poseen un automóvil y cargan gasolina – tenga una mayor recordación de marca.



## ¿CUÁL FUE LA ESTRATEGIA UTILIZADA?

Al tener una planificación always on en Waze, la marca pudo **experimentar distintos formatos de anuncios** como **pins**, para dirigir mayor tráfico a las ESTACIONES DE SERVICIO, y **takeovers** para apoyar la estrategia de branding y performance.

El principal diferencial de Hidrosina fue la forma en que utilizaron estos formatos, con **creatividades atractivas** que llamaban la atención de los Wazers. La estrategia se apalancaba en **promociones exclusivas** para los usuarios de Waze que cargaran gasolina en sus estaciones como tickets para el cine, y descuentos para vehículos como líquido de frenos sin cargo, entre otros beneficios.



## MAYOR FLUJO A LAS ESTACIONES DE GASOLINA



## MAYOR RECORDACIÓN DE MARCA



### AD RECALL TESTING

Para medir y demostrar el valor de los anuncios de Hidrosina en Waze, realizamos un estudio llamado Ad Recall Testing, que **analiza la recordación de marca de los Wazers** que fueron impactados por un anuncio en comparación con aquellos que no fueron impactados.

A partir de los resultados obtenidos con este estudio, se observó que en el caso de uno de los formatos hubo una **diferencia positiva de más de 40%** entre el grupo que fue expuesto al anuncio y el que no. Siendo así, las campañas en Waze no sólo permitieron a Hidrosina el **aumento de tráfico** a los puntos de venta, sino también un **mayor nivel de brand awareness**.

### RICH TAKEOVER



### ¿QUÉ BENEFICIOS OBTUVO LA MARCA AL SUMAR WAZE A SU PLAN DE MEDIOS?

- 1 **Direccionamiento** a las estaciones de Hidrosina.
- 2 Gran **impacto y alcance**.
- 3 **+69M** de **impresiones** de los formatos Pin y Takeover.
- 4 Más de **15,900** **navegaciones** a las estaciones de Grupo Hidrosina.





- 5** Más de **1,700 personas guardaron alguna ubicación** de Hidrosina y en días posteriores hicieron la navegación para cargar gasolina.
- 6** Más de **44,000 búsquedas** de Hidrosina en la plataforma hecha por los Wazers: **8 de cada 10** que hicieron click a los resultados de búsqueda se acercaron al punto de venta.
- 7** **9% de CTR** en Pins superando tres veces el benchmark del país.

## TESTIMONIO:

“

*Con Hidrosina en Waze hemos impactado mejor a nuestros clientes, los conductores que necesitan cargar gasolina con un servicio de calidad, rápido y que genere confianza.*”

**Aurora Serrano, Coordinadora de Comunicación Corporativa**

**¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.**

**@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com**

Waze's Ad Sales Partner in Latam