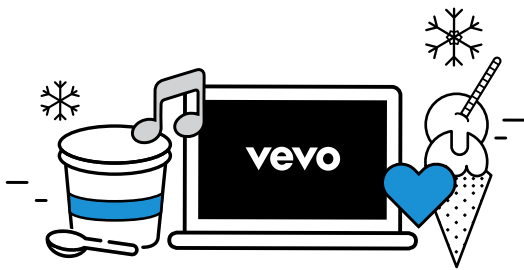


CASO DE ÉXITO



DANESA 33



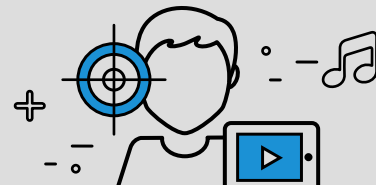
La historia de la marca se remonta a Lagos de Moreno, Jalisco, en el año 1980, con el nacimiento de una pequeña heladería que ofrecía 33 deliciosos sabores. El negocio fue creciendo hasta que llegó a tener el 90% de las franquicias de helados en México.

En 1988, la marca fue adquirida por Nestlé y brilló durante los '90, hasta que se quedó sin inversiones. Hacia el 2015, Hérdez compra la licencia de Helados Nestlé, que incluía Danesa 33.

Finalmente, en el año 2016, es relanzada en México con un enfoque hacia los millennials.

EL OBJETIVO DE DANESA 33 ERA RELANZAR LA MARCA EN EL MERCADO MEXICANO BUSCANDO CONQUISTAR A LA NUEVA GENERACIÓN DE MILLENNIALS.

—



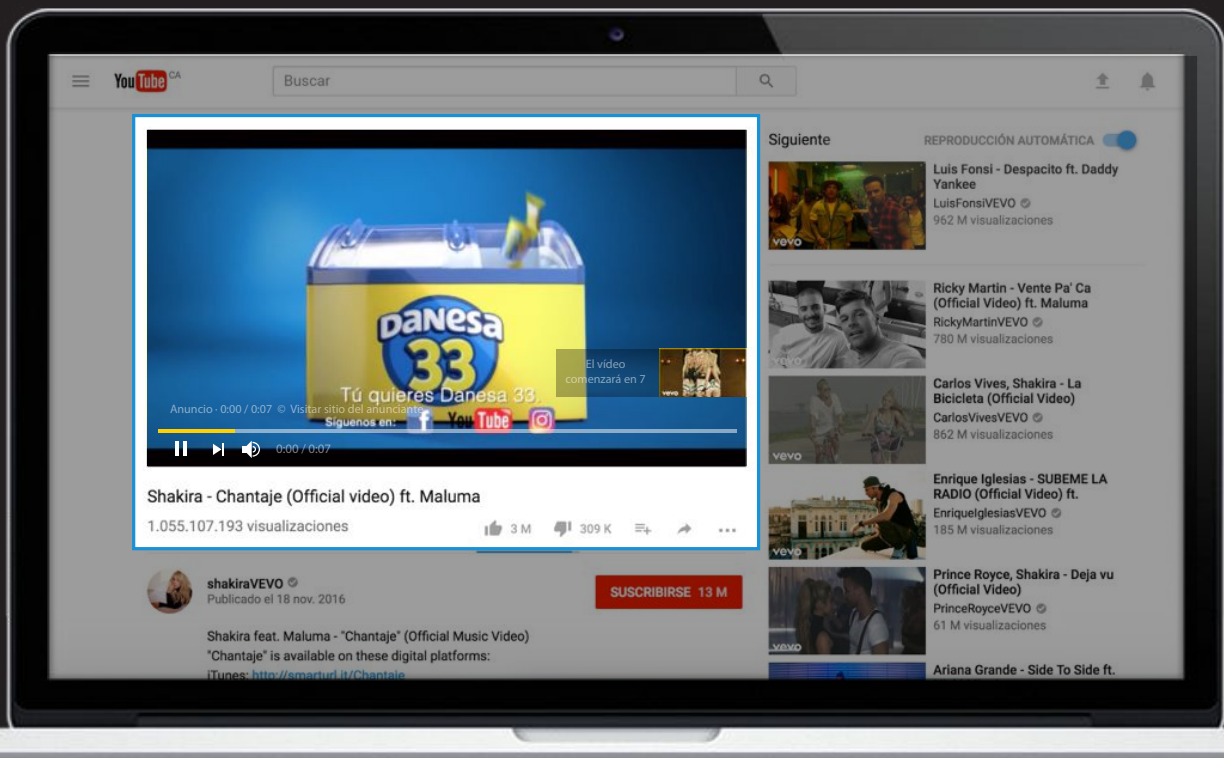
¿Cómo logró Danesa 33 alcanzar a los jóvenes mexicanos y posicionar la marca dentro de ese target?

♥ CAMPAÑA “TU DALE”

Eligieron VEVO como uno de los medios principales para lanzar su campaña “Tu Dale”, para llegar a la audiencia con su propuesta de valor, ofreciendo una opción diferente en el mercado de Helados y con una propuesta de marca divertida y empoderadora.

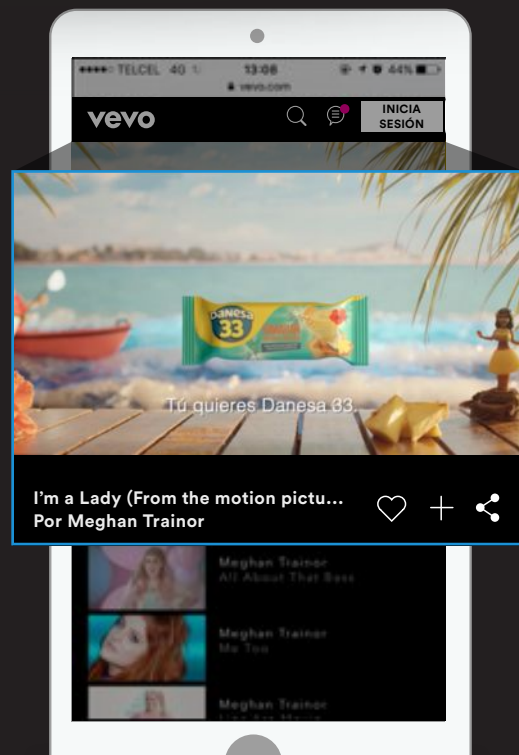
La marca utilizó uno de los formatos más relevantes dentro de la plataforma: video pre-roll, impactando a hombres y mujeres de 20 a 30 años, por medio de videos de 8 segundos.

Pre-Roll Desktop



♥ CAMPAÑA "TU DALE"

Este tipo de anuncio posibilitó a Danesa 33 apoyarse en reconocidos artistas de nivel mundial como: Shakira, Luis Fonsi, Katy Perry, Maluma, Jbalvin, Rick Martin, CNCO, Enrique Iglesias, Chainsmokers, Maroon 5, Calvin Harris, Calibre Cincuenta, Christian Nodal, Banda Los Recodito, Joey Montana, para comunicar su lanzamiento a su audiencia objetiva.



Claves de Éxito

#01

Conectarse con el target y sus intereses



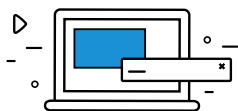
Gracias a la segmentación única de Vevo, en relación a los canales de los artistas y con la posibilidad de identificar audiencias basadas en lo demográfico, pudieron impactar a la audiencia deseada con el mensaje preciso, en los momentos más oportunos de la vida de los millennials.



La idea de comunicar los videos previo a canciones de los artistas más reconocidos del momento, permitió a la marca **tener un alcance único, llegando a miles de jóvenes de manera orgánica.**

#02

Buscar apoyo en artistas reconocidos



#03

Utilización de formatos de alto impacto

El uso del formato video pre-roll permitió realizar **contenido atractivo y relevante para el público objetivo**, generando gran impacto visual y excelente amplificación social.

Resultados



+300K
DE IMPRESIONES



89%
DE VCR



LA MEJOR PERFORMANCE EN VEVO EN LA CATEGORÍA DE ALIMENTOS.



ERIK VEGA VIVEROS

Gerente SR, Danesa 33

En helados Danesa 33 estamos convencidos que debemos hacer las cosas distintas para tener resultados exitosos en esta era que se mueve rápidamente, creemos que debemos tener los socios adecuados y ejecutar eficientemente para lograr campañas exitosas e interesantes para el consumidor. Danesa 33 esta muy contento con la alianza hecha con VEVO y esperamos generar nuevas cosas en un futuro corto.

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



Vevo's Exclusive Ad Sales Partner In LatAm

www.imscorporate.com | vevo@imscorporate.com | @IMSCorp