



CASO DE ÉXITO



ELEA ELIGE WAZE PARA POSICIONAR
SUS PRODUCTOS EN LOS PUNTOS DE VENTA

ELEA

INDUSTRIA: FARMACEUTICA

PAÍS: ARGENTINA
AÑO: 2017

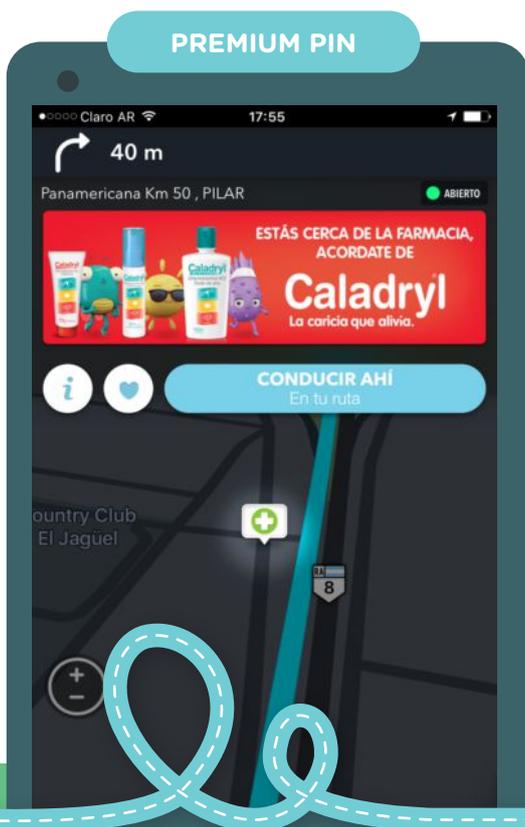
ACERCA DE LA MARCA:

ELEA es un laboratorio argentino, que desde 1939 investiga y desarrolla medicamentos confiables para diversas especialidades médicas. En la actualidad, ocupa el tercer puesto en el Mercado Farmacéutico Argentino, con una producción orientada al desarrollo de nuevos productos de las áreas de Salud Femenina, Cardiología, Neurociencias, Oncología y Venta Libre.

DESAFÍO:

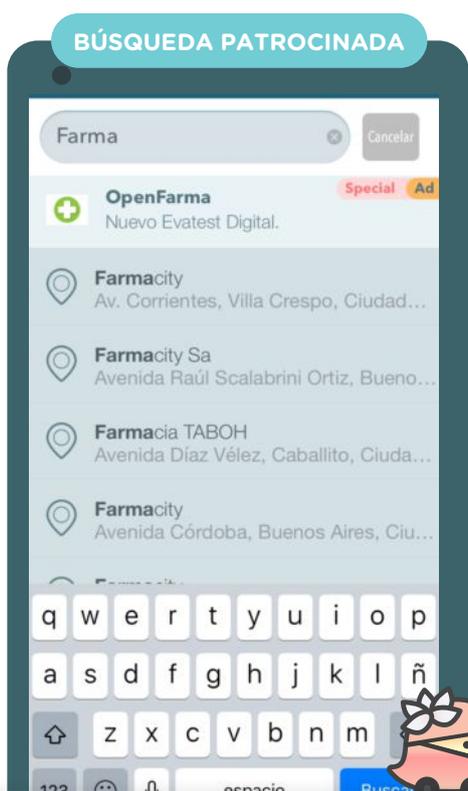
ELEA tenía como desafío incrementar la preferencia de los usuarios sobre sus productos, en un mercado en el que la compra suele producirse por necesidad y cercanía.

Aprovechando los innovadores formatos de Waze, ELEA comenzó una campaña para promover su producto anti alérgico Alermix, utilizando las plazas como ubicación de los anuncios, y la primavera como contexto. Sin embargo, la campaña evolucionó para convertirse en un indicador de las farmacias más cercanas, dato que resultó de suma utilidad tanto para los usuarios como para el anunciante.

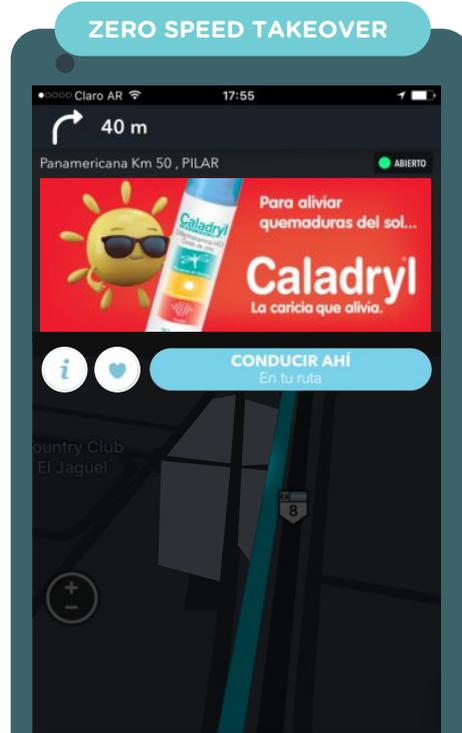


¿Cómo aprovechó ELEA los formatos de WAZE?

- **PREMIUM PIN:** a través de este formato, ELEA pudo relacionar diferentes productos con una enorme cantidad de farmacias distribuidas en el mapa de **Waze**. De esta forma, los usuarios aprovechaban las distintas ubicaciones al mismo tiempo que eran impactados por los anuncios de los productos del anunciante.
- **ZERO SPEED TAKEOVER:** con creativos anuncios que impactaban a los **wazers** en cuanto se detenían, **ELEA** logró posicionar sus productos durante el trayecto diario de una numerosa cantidad de usuarios.
- **BÚSQUEDAS PATROCINADAS:** con este tipo de formato, **ELEA** pudo alcanzar a los **wazers** cada vez que realizaban la búsqueda de una farmacia para adquirir productos relacionados, promoviendo la **colocación estratégica de sus marcas**.



ZERO SPEED TAKEOVER

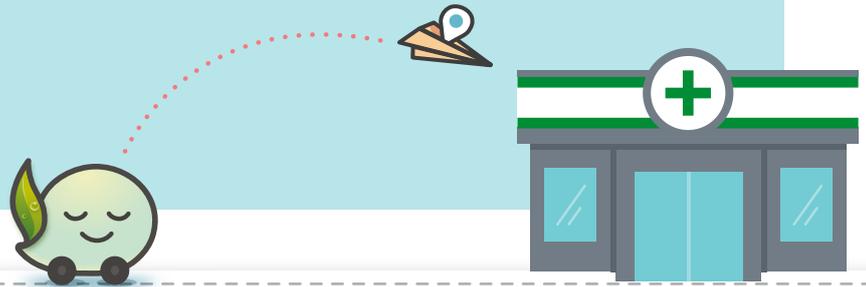


RESULTADOS



CLAVES DEL ÉXITO

- 1 MUCHO MÁS QUE UNA CAMPAÑA:** ofreciéndole un verdadero servicio a los usuarios, que a través de los PINS conseguían localizar las farmacias más cercanas, ELEA logró **apropiarse del concepto de Farmacia en Waze**, maximizando los resultados de la campaña creativa. Pero eso no fue todo: las farmacias también se vieron beneficiadas por la promoción de su presencia en el mapa, aspecto que colaboró en el **posicionamiento estratégico del laboratorio** frente a sus distribuidores.
- 2 FORMATOS ESTRATÉGICOS :** la combinación de los versátiles y estratégicos formatos de Waze permitió que la campaña de ELEA evolucionará, hasta convertirse en una **acción de servicio y branding** combinados.
- 3 CAMPAÑA EXTENDIDA:** la **duración de 3 meses** de la campaña en Waze permitió maximizar sus posibilidades, obteniendo, finalmente, resultados por sobre lo estimado.



TESTIMONIO:

“ La investigación y el desarrollo han tenido siempre para ELEA un rol protagónico y destacado en su trayectoria. Respetando esa filosofía, buscamos trasladar ese espíritu innovador a nuestras estrategias de medios adecuándonos a los nuevos paradigmas de comunicación que los consumidores demandan cada vez en mayor medida. Asociarnos a una herramienta tan actual y dinámica como Waze nos permitió poder acercarnos al consumidor final en un ámbito de contacto nuevo para ELEA, donde pudimos brindar no solo un recordatorio de las bondades de nuestros productos sino además ofrecer la posibilidad de fácilmente poder llegar al punto de venta más cercano o conveniente para su adquisición. El desafío de continuar por el camino de la innovación sigue vigente y nadie mejor que Waze para orientar nuestro rumbo. ”

JUAN EDUARDO ZAJDMAN | GERENTE DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam