

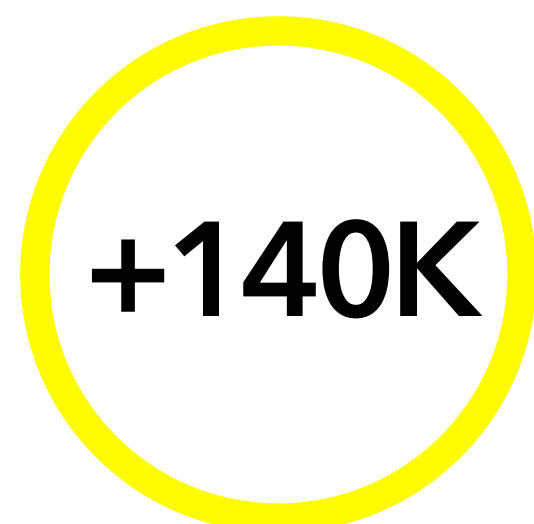


Snapchat Campaign

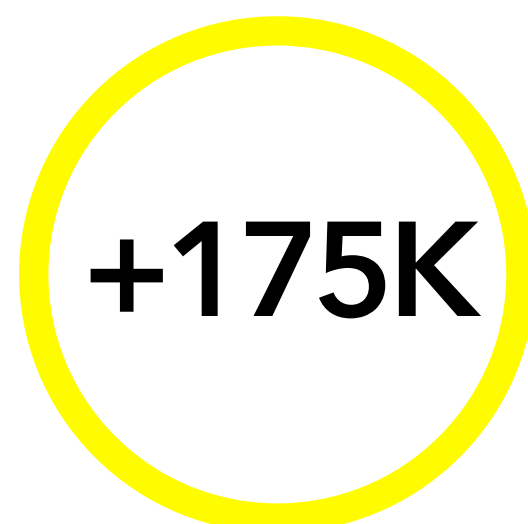
Ripley

Productos Publicitarios:
Snap Ad + Geofiltro

Ripley y Snapchat se unieron para celebrar el Día del Padre en Perú



Swipes

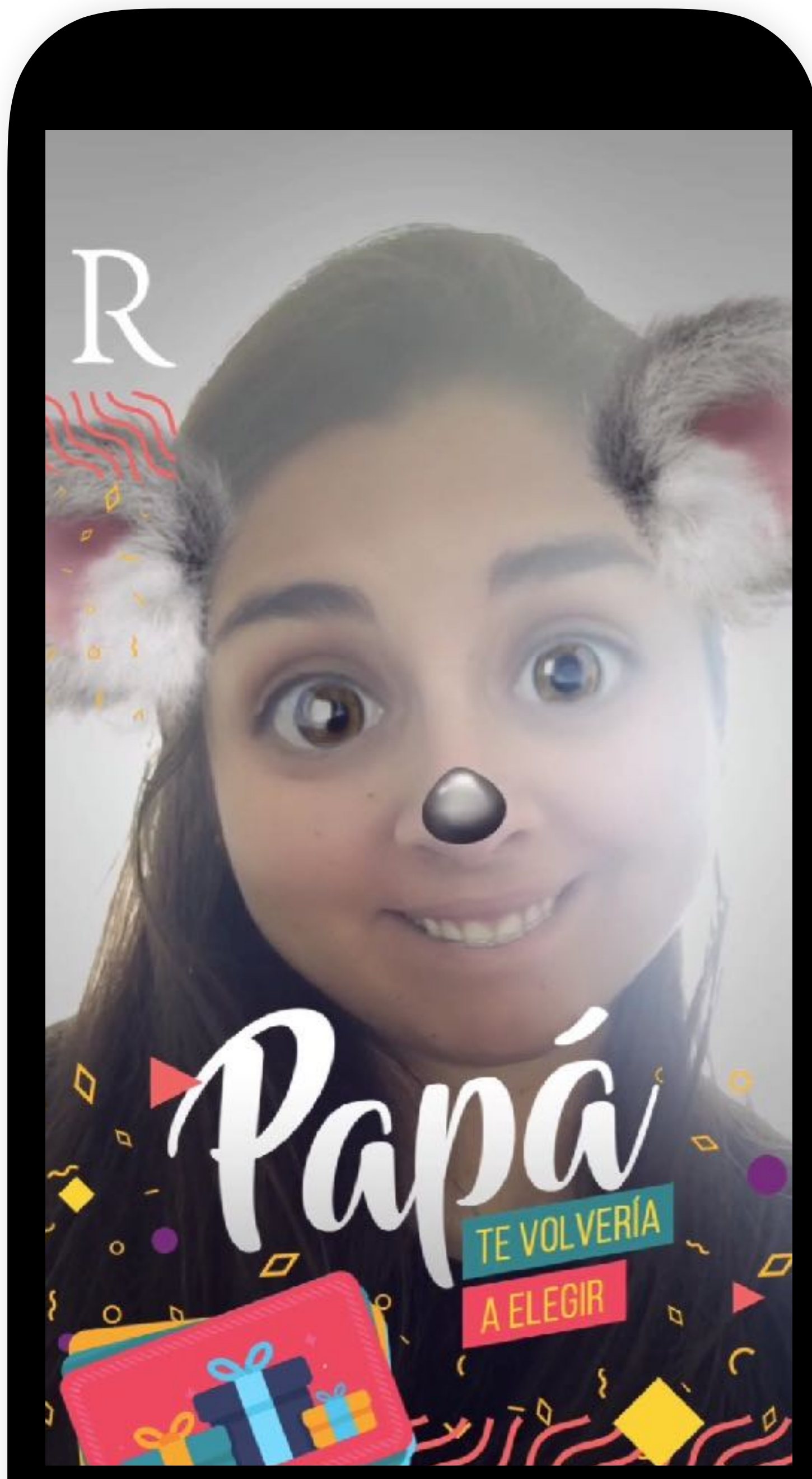


Views



Uso por Swipe

Source: Snap, Inc. Internal Data





Snapchat Campaign

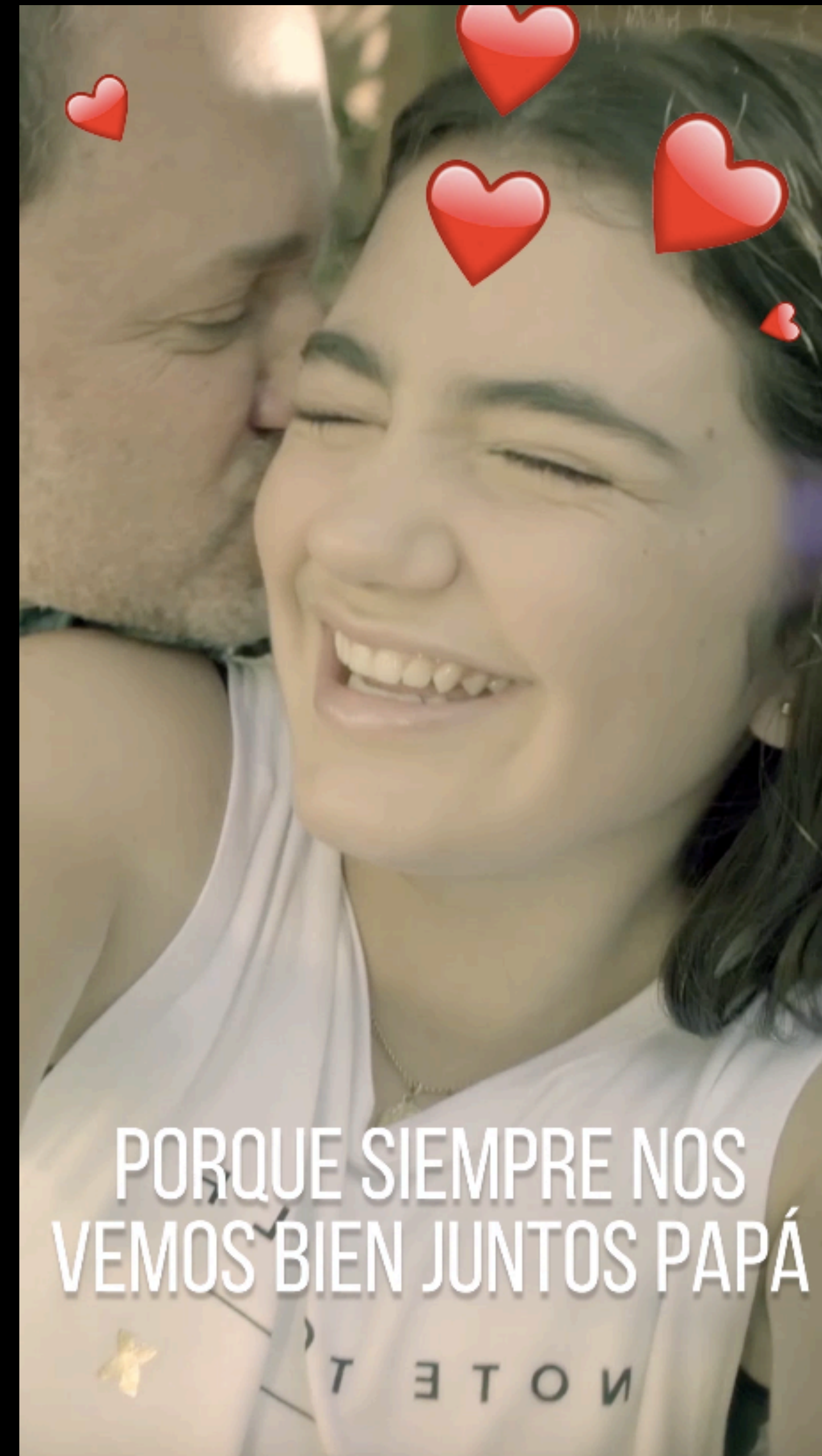
Ripley

Productos Publicitarios:
Snap Ad + Geofiltro

Objetivo: Ripley y Snapchat se unieron para utilizar los formatos de Snap Ad y Geofiltro. A través de estos formatos lograron contactar al mismo tiempo, y con un mensaje relevante, a papás y hijos.

Solución: En la comunicación, y bajo el concepto "Te volvería a Elegir", Ripley buscó recrear situaciones divertidas entre papá e hijos, bajo la premisa que: papá hoy es más digital, y no teme compartir anécdotas divertidas con sus hijos en las diferentes plataformas digitales. La campaña superó ampliamente los benchmarks con el uso de ambos productos.

Source: Snap, Inc. Internal Data



+188K

Impresiones

+148K

Alcance Unico

1.87

Average View Time

