



História de Sucesso

MercadoLibre e Snapchat se unem para impulsionar um aumento de 25% na intenção de compra on-line

História

O MercadoLibre fez uso do Snapchat durante o "El Buen Fin", no México, com uma campanha de soluções múltiplas, a qual permitiu aos Snapchatters descobrir os benefícios de comprar com o MercadoLibre.

Composta por filtros nacionais com tecnologia de contagem regressiva dinâmica e uma série de anúncios instantâneos, a campanha conseguiu aumentar a associação de mensagens e a intenção de compra on-line.

+60%

Aumento na
associação da
mensagem

+25%

Aumento na intenção
de compra on-line

1.3x

Padrão para o
aumento da intenção
de compra

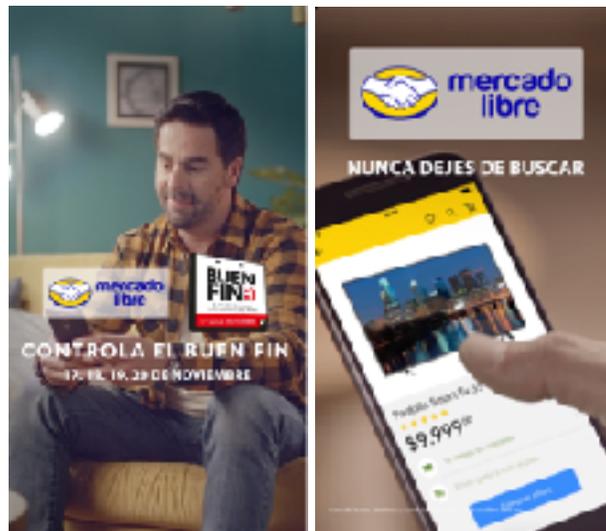
Solução: Filtros

O MercadoLibre lançou sua campanha com um filtro nacional dividido por um dia para aumentar a conscientização sobre o "El Buen Fin". Os criativos aproveitaram a tecnologia Smart Count do Snapchat para atualizar dinamicamente as horas até o fim do Buen Fin, destacando de forma inventiva os benefícios das compras on-line. A campanha alcançou milhões de Snapchatters no México, levando a uma forte associação de mensagens.



Solução: Snap Ads

Uma série de Snap Ads foi apresentada a vários compradores, que puderam desfrutar de uma experiência de compras on-line relaxante com o MercadoLibre, evitando os incômodos comuns ao varejo físico. Cada anúncio Snap destacou um benefício diferente de fazer compras on-line com o MercadoLibre, como frete grátis, melhores preços de seguros, parcelamento. O MercadoLibre conseguiu atrair usuários pelo funil e impactar a intenção de compra on-line com resultados superiores ao padrão.



Resultados

Aumentando a frequência com vários produtos de publicidade e seguindo as melhores práticas criativas do Snapchat, o MercadoLibre teve um impacto na sua campanha Buen Fin. Quando usados em conjunto, os Snap Ads e os Filtros geraram incrementos significativos em todas as métricas da marca, incluindo **60% de aumento na associação da mensagem e incremento de 25% na intenção de compra on-line.**

*"No MercadoLibre, procuramos sempre atingir nossos 200 milhões de usuários com formatos inovadores, que gerem valor. Estamos muito felizes com os resultados da nossa campanha no Snapchat. Por meio do nosso Filtro e dos Snap Ads, ultrapassamos o objetivo de aumentar o conhecimento e a associação de nossa marca durante o 'El Buen Fin', no México. O apoio que recebemos da IMS para implementar a campanha foi muito importante", afirmou **Javier Fernández Morales, Gerente de Aquisição do MercadoLibre***