

CASOS WEBINAR

ANDA

Efectividad en Video Marketing | 25 noviembre 2020

Sebastián Cisterna, Subgerente de Medios Digitales en CCU

BASADO EN DATA

Las recomendaciones y casos de esta presentación están respaldadas en estudios externos o internos, incluyendo Brand Lifts, Conversion Lifts, entre otros.



CCU

★ **HEINEKEN**

facebook

Google

REGLAS GENERALES EN DIGITAL

REGLAS GENERALES

1

CREA PENSANDO EN EL OBJETIVO DEL NEGOCIO

Armar las creatividades siempre, considerando el objetivo de tu marca y el definido en la campaña

2

ENTREGA EL MENSAJE SIMPLE Y AL INICIO

Esto ayuda al Branding en las piezas, sumado también a añadir el producto en situación de consumo

3

CAPTURA RÁPIDO LA ATENCIÓN

Los primeros segundos son muy importantes para llamar la atención

4

DISEÑA PARA MOBILE

Utiliza al máximo la pantalla con los Ratios completos, para mejor experiencia del usuario

5

CREA VERSIONES PARA SEGMENTACIONES

Diferentes usuarios pueden preferir mensajes diferentes

6

AJÚSTATE A CADA PLATAFORMA

Prefiere Youtube para videos más largos, con el sonido ON, vs Facebook para alcance que se entienda sin sonido, pero con el sonido encendido impacte

7

REFUERZA CON UN CALL TO ACTION

El CTA son muy útiles para llamar a la compra, pero no solamente para eso.

**ELEGIR EL
OBJETIVO
CORRECTO ES
CLAVE**



RECORDACIÓN DEL ANUNCIO



Cerveza Cristal Sponsored · ❄️



Te presentamos la nueva Cristal Summer Lager, una cerveza elaborada con ingredientes 100% naturales y con lúpulos que le aportan suaves notas cítricas, lo que la hace muy refrescante. #Juntémonos #CristalSummerLager 🍋🍋



LEARN MORE

ASOCIACIÓN DE MENSAJE



Cerveza Austral Chile Sponsored · ❄️



Si todo lo de la Patagonia es majestuoso, imagínate el sabor de una cerveza hecha acá 🍷🏔️🌟 Descubre todas nuestras variedades creadas con los más puros ingredientes aquí *link*



CERVEZAAUSTRAL.CL
Austral Patagonia
El sabor de la patagonia

WATCH MORE

INTENCIÓN DE COMPRA



Cerveza Escudo Sponsored · 🍷



¡Ahora el 30% de descuento en La Barra CCU! Escudo, hecha con carácter.



LABARRA.CL
La mayor variedad al mejor precio en ofertas | La Barra

SHOP NOW

**SE PAGA
HASTA UN
200% MÁS SI
NO SE ELIGE
EL OBJETIVO
CORRECTO**



RESUMEN GOLDEN RULES YOUTUBE

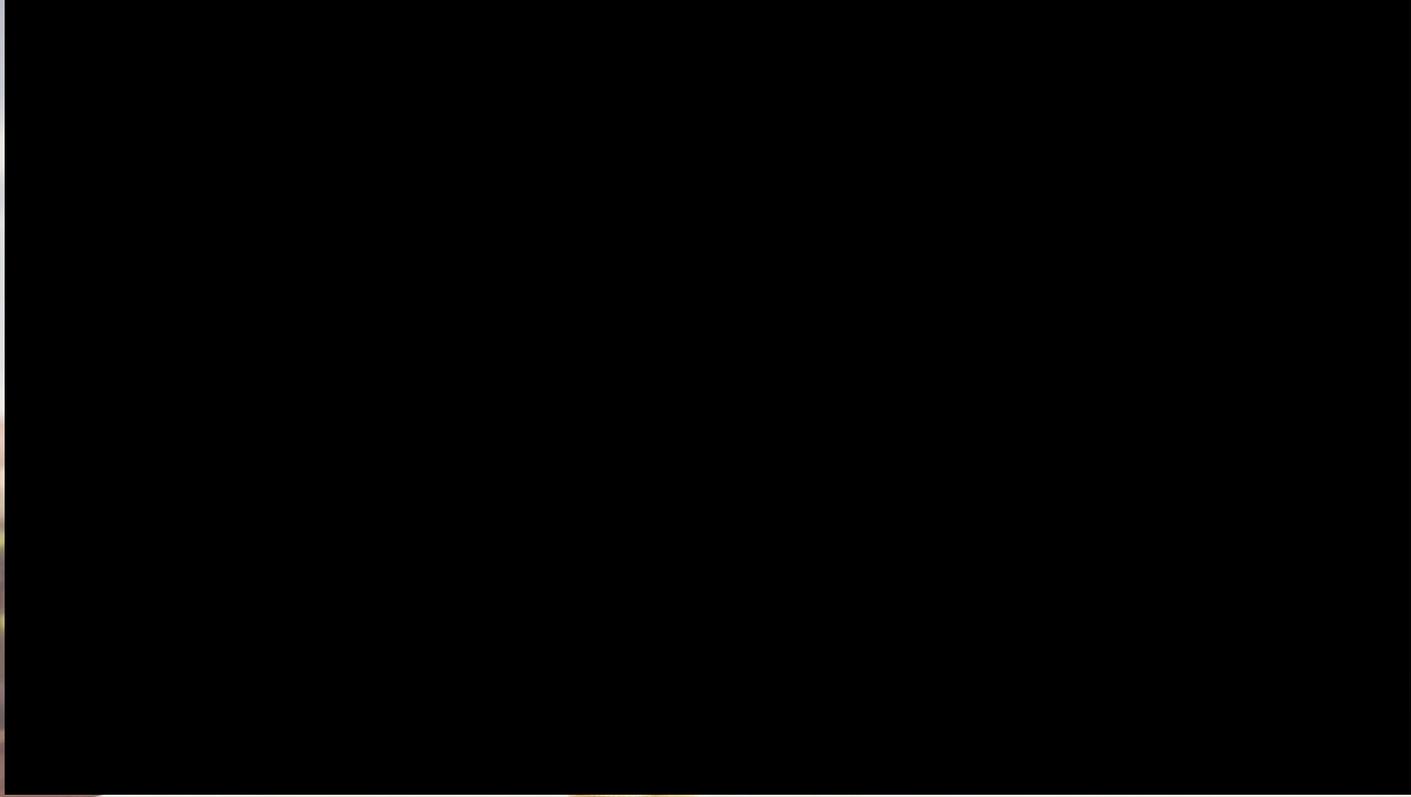


CASO 1

SOL **ESE-O-ELE**

¿Cómo aumentar la recordación del anuncio?

CREATIVIDAD **YOUTUBE**



APLICACIÓN GOLDEN RULES



Primeros segundos se muestra a personas interactuando con el producto



Muestra la marca temprano y con frecuencia



Mensaje simple y se entrega de manera temprana. Sobreimpresiones de buen tamaño



El Sonido como protagonista para YouTube combinación de música y efectos especiales)



Uso de varios elementos de la marca como la tapa y la botella.



Frame for mobile: botella en primer plano, fondo no distrae



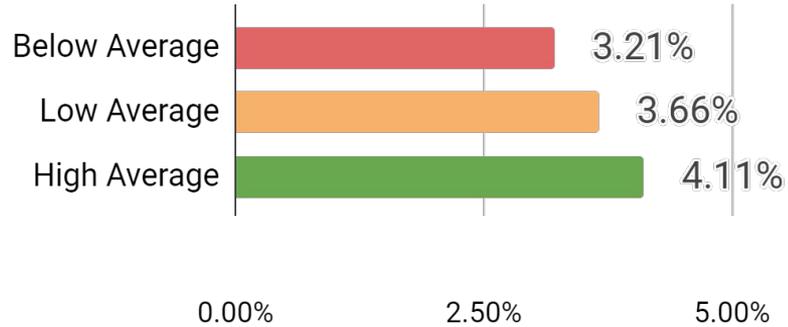
Varias personas consumiendo e interactuando con el producto.



Cerrar con el Packaging al final de la pieza y el mensaje principal de la marca

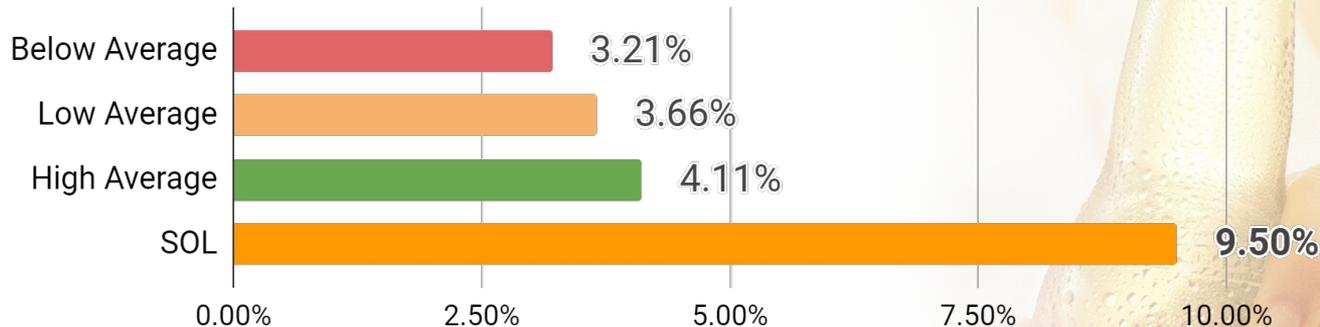
RESULTADOS

Benchmarks (Absolute Lift)



RESULTADOS

Benchmarks (Absolute Lift)



- **130%** más de recordación del anuncio respecto al Benchmark más alto
- **“Best in Class”** según Google

CASO 2

PEPSI PALOMA MAMI

Buena relación con influencer

ONLYJOKE.

PALOMAMAMIINews



CREATIVIDAD **YOUTUBE**



APLICACIÓN GOLDEN RULES



Primeros segundos con la marca protagonista, con buena frecuencia



Influencer interactuando con el producto



Sobreimpresiones de buen tamaño



Producto e influencer integrados en la historia



Pocos elementos en el cuadro, Frame for mobile



Sonidos (hielos chocando, apertura de lata) acompañan la presencia del producto



Cierre con el packaging



Influencer y marca completan la historia

RESUMEN GOLDEN RULES FACEBOOK



Crea pensando en tu objetivo de marca o de la campaña.



Incorporar tu marca desde el segundo 0" Mantener presencia de marca en la pieza



Captura la atención del usuario lo antes posible



Frame for mobile. Presencia de filmación en primeros planos



Que el mensaje se entienda sin necesidad de usar audio

CASO 3

ROYAL GUARD IPA

Mensaje claro, diseñado para
consumo en redes sociales



CREATIVIDAD **FACEBOOK / INSTAGRAM**



APLICACIÓN GOLDEN RULES



Marca presente desde el inicio
Todo lo irrelevante está
difuminado



Primeros planos; frame for mobile



Intención simple, sonido añade
pero no es necesario para captar
la esencia de la pieza

CASO 4

HEINEKEN BLADE

Cuando las Golden Rules de
cumplen ¿qué hacer?



TODAS LAS LÍNEAS CREATIVAS CUMPLEN LAS RECOMENDACIONES



BARRERA:
Precio



MOTIVADORES:
Autoregaloneo



MOTIVADORES:
Compartir

ES ESENCIAL HACER PRUEBAS



BARRERA:
Precio



MOTIVADORES:
Autoregaloneo



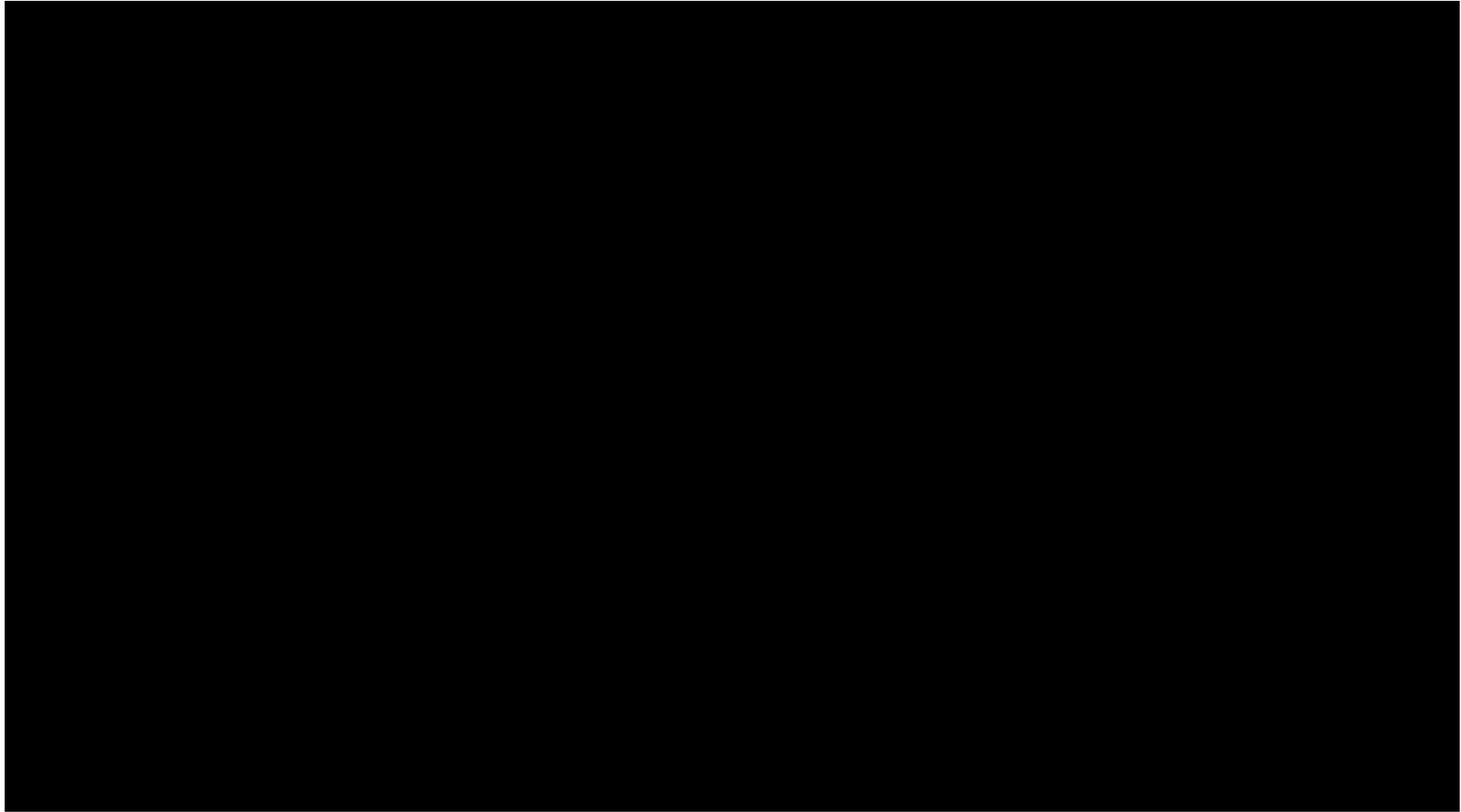
MOTIVADORES:
Compartir

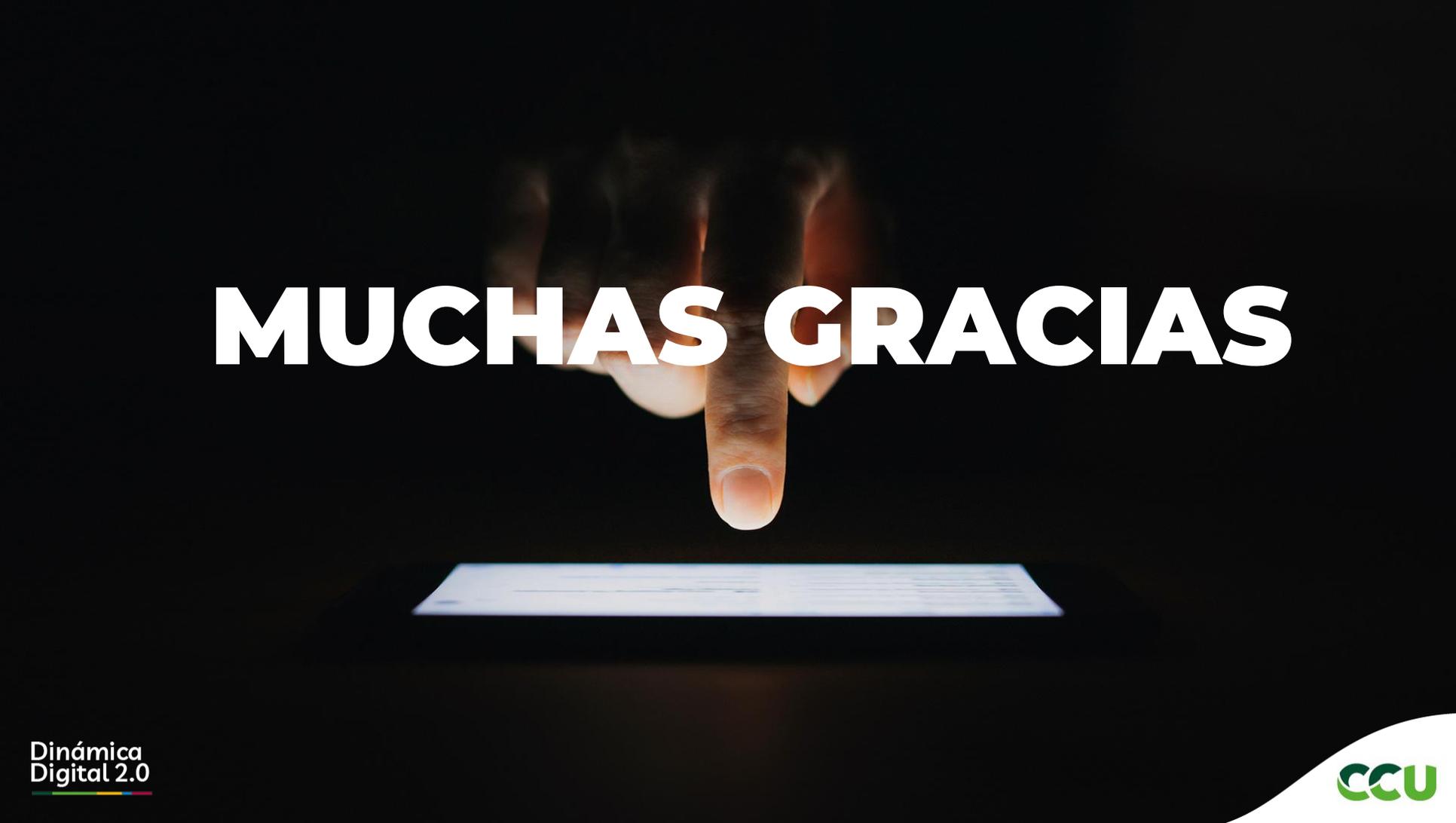
BONUS: CASO 5

GATO **TIPICO CHILENO**

No siempre es necesario tener videos cortos

CREATIVIDAD **YOUTUBE**



A hand is shown pointing downwards towards a document. The text 'MUCHAS GRACIAS' is overlaid in large, bold, white capital letters across the center of the image.

MUCHAS GRACIAS