

GANADOR ORO EFFIE COLOMBIA 2006

CATEGORIA ALIMENTOS Y BEBIDAS

Anunciante:

KELLOGG

Agencia:

LEO BURNETT

Marca:

ALL BRAN KELLOGG'S

Campaña:

RETO ALL BRAN

DE LAS 2 SEMANAS



**Escenario:** A partir del 2002 se le retira a All Bran todo el apoyo publicitario, lo que generó una pérdida importante de volumen y penetración, mientras que su principal competidor continuó apoyando fuertemente su propia marca. Se decide a mediados de 2005 relanzar All Bran, para posicionarlo como la mejor fuente de fibra.

**Objetivos:** Incrementar los volúmenes de ventas y participación vía penetración y tasa y frecuencia de compra, e incrementar el brand awareness.

**Estrategia:** Se construyó en dos pilares: Comunicación e innovación (lanzamiento de dos nuevas variedades), mediante un plan integrado de comunicación a través de medios masivos y trade marketing.

**Resultados:** Crecimiento a julio de 265% en volumen. Incremento en la participación de mercado del 1% al 3.1% y la penetración de mercado de un 0.9% al 1.9%. Crecimiento del segmento fibra de un 71%, lo que hizo crecer el segmento nutrición en un 24%. Brand awareness del 7 al 17 y un crecimiento de un punto del share of mind.