

GANADOR ORO EFFIE COLOMBIA 2006

CATEGORIA LANZAMIENTOS

Anunciante:  
POSTOBÓN

Agencia:  
SANCHO BBDO-OMD

Marca:  
POSTOBÓN MORAZUL

Campaña:  
VAS A SER EL ÚLTIMO?



**Escenario:** Postobón ha sido el líder y se ha constituido en el parámetro de sabor en el segmento de los sabores. Con el lanzamiento de un sabor de la competencia, se ponía en riesgo la imagen ante el target. Era necesario atraer la mirada del target hacia la marca.

**Objetivos:** Capitalizar la tradición de la marca para mantener los niveles de preferencia. Minimizar la fuerza del nuevo sabor de la competencia. Lograr ventas de 200.000 cajas en el primer mes.

**Estrategia:** Lanzar un producto con un sabor novedoso y bien evaluado entre jóvenes teniendo la comunicación como herramienta esencial que permitiera generar rápidamente un alto nivel de notoriedad para contrarrestar las acciones de la competencia.

**Resultados:** 93% de awareness publicitario después de 10 días de estar al aire. A los 1400 TRP's logró una recordación espontánea del 54.1%. Durante el período de la campaña Postobón marca, logró ganar 2 puntos de TOM. A los 15 días del lanzamiento el 43% del target había probado el nuevo sabor. A las tres semanas de lanzamiento se cumplió el objetivo de ventas en un 150%.