

GANADOR ORO EFFIE COLOMBIA 2006

CATEGORIA
MEDIOS DE COMUNICACION

Anunciante:
RCN TELEVISIÓN

Agencia:
SANCHO BBDO-OMD

Marca:
LOS REYES

Campaña:
TODO ES DE LOS REYES



Escenario: En un mercado liderado por Caracol desde la creación de los canales privados, RCN decide lanzar una nueva novela.

Objetivos: Duplicar la audiencia durante el día de emisión del primer capítulo pasando de 7 a 14 puntos de rating para que se conectaran con la trama.

Estrategia: Se hizo una campaña 100% expectativa. Para esto se planteó que la Familia Reyes, unos desconocidos nuevos ricos, empezaran a comprar todo lo imaginable en la ciudad, calles, centros comerciales, taxis, el estadio de fútbol y hasta un canal de TV, regalaban fiestas, derrochaban en avisos y comerciales de TV.

Resultados: El rating promedio de RCN durante esta hora era de 9.2 . En el lanzamiento, el rating se elevó a 19.18 puntos, 108.5% de crecimiento. El share de audiencias se invirtió y pasó de Caracol 58% y RCN 42% a, RCN 58% y Caracol 42%