

GANADOR PLATA EFFIE COLOMBIA 2006

CATEGORIA SERVICIOS FINANCIEROS

Anunciante:

BANCO DAVIVIENDA

Agencia:

LEO BURNETT

Marca:

BANCO DAVIVIENDA

Campaña:

LUGAR EQUIVOCADO-MUNDIAL



Escenario: Era necesario buscar un camino diferencial para el concepto de comunicación del 2006 pues la dinámica del mercado hizo que las ventas de Grand Vitara tuvieran un decrecimiento del 8% vs 2005 y que la competencia se fortaleciera.

Objetivos: Recuperar el liderazgo en el segmento, volviendo a niveles de ventas mensuales de 220 unidades y reposicionar la marca en el target.

Estrategia: Relanzar la marca en diferentes medios masivos, buscando una diferencia contundente frente a la competencia, utilizando argumentos emotivos motivantes.

Resultados: Durante el mes de lanzamiento de la campaña se vendieron 333 unidades , para el segundo mes al aire, el incremento fue de 26.7% vs mes anterior, con 422 unidades.