

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:

12 – Lanzamiento de Productos

Título del programa:

“FIESTA”

Nombre de la compañía o institución:

LABORATORIOS SIEGFRIED PARAGUAY.

Departamento, área que desarrolló el plan:

Gerencia Comercial

Colaboradores externos

Agencia Amén Argentina

PLANTEO

“FIESTA”, es una campaña publicitaria dividida en dos etapas. La primera, se basó en el concepto del antes y el después de los festejos, mostrando de manera simple y divertida una causa y un efecto.

De esta manera la campaña propone disfrutar con absoluta tranquilidad, sabiendo que la marca actúa como un verdadero cuidador del bienestar en un momento en el que solo se quiere disfrutar.

En medio del lanzamiento surge la pandemia mundial y el aislamiento obligatorio, lo cual disparó la segunda etapa, replanteando el mensaje sin perder la esencia de la marca y de la campaña. Este nuevo mensaje se ajusta a la coyuntura del momento, acompañando a los consumidores. Dejando en claro que cuando vuelva la fiesta y las celebraciones, Yeron estará ahí acompañándolos para que sigan disfrutando.

PUNTO DE PARTIDA

Según la reconocida Consultora Mundial Gallup, Paraguay es considerado el país más feliz del Mundo, ya que es un país económicamente estable.

Esto se ve reflejado en la cantidad y calidad de los encuentros entre amigos, consumo de alcohol en los bares y en las fiestas.

Laboratorios Siegfried nace en el año 2018, de la fusión de dos laboratorios de gran renombre en el mercado nacional. Su enfoque es el desarrollo, producción, representación y comercialización de productos farmacéuticos con los más estrictos estándares de calidad.

La marca Yeron está apuntada a jóvenes y personas que disfrutan de eventos sociales. Es un medicamento muy popular y pionero en el segmento de pastillas para pronto alivio en los casos de dolor de cabeza por excesos de alcohol, alimentos o tabaco.

Permite compartir momentos con familia y amigos sin sentir molestias estomacales posteriores. Por eso Paraguay y su gente, con YERON, se mantienen felices antes y después de los festejos.

DESARROLLO

La primera parte estuvo compuesta por 3 spots. Y la segunda parte con uno solo, adaptando el mensaje al contexto.

En esa primera etapa utilizamos imágenes representativas de los momentos de encuentro más comunes y populares. Mostrando a las personas siempre felices y disfrutando con total alegría junto a sus amigos. En todos los momentos de fiesta, comenzamos mostrando la una situación previa, dando a entender que sin esa situación no podía ocurrir la siguiente. Por ejemplo “No hay casamiento si antes no hubo amor”, “No hay asado si antes no hay amigos”. Desde ahí saltamos a la consecuencia, “No hay resaca si antes tomaste YERON”. Con esta estructura, se van repitiendo los diferentes momentos de festejo donde se recomienda tomar Yeron para disfrutar aún más de esos momentos. Teniendo en cuenta que Yeron es el producto Nro. 1 de su rubro en Paraguay con un 82% de Share, el objetivo principal era aumentar el consumo y además tener un lenguaje institucional.

En el spot de la segunda etapa, consecuencia del aislamiento por pandemia, fue generar recordación y mantener la imagen de marca en un momento donde no se estaba necesitando el producto. Además de concienciar a la ciudadanía sobre la importancia de quedarse en casa. Recurrimos a una imagen que generaba un impacto muy significativo en ese momento, un bar vacío. Esa imagen de la barra sin personas ni fiesta, se resignificaba con el mensaje: “Ahora nos tenemos que quedar en casa, pero tranquilos, cuando salgamos, volveremos a juntarnos”.

RESULTADOS

En diciembre de 2019 entre los principales 7 Canales de Paraguay tuvimos 1010 inserciones de los spots.

Logramos un crecimiento acumulado del 37% de consumo y de reconocimiento de marca tanto para Yeron como para el Laboratorio.

A partir de marzo 2020, adaptando el nuevo mensaje y aprovechando los altos niveles de audiencia debido al encierro, la campaña impactó un 18% más en el target, mejorando la cobertura 7% y alcanzando un 10% más de vistas en el target que en periodo normal de campaña.

En un contexto complicado para las fiestas, Yeron se consolidó como Nro. 1 en su categoría.