



LANZAMIENTO
NEW SUV
CITROËN C3

NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

Categoría 14.2 Campaña de influencers

TÍTULO DEL PROGRAMA:

SUVWOW Comedy

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

Citroën

PREMIOS
EIKON
A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

WOW



INTRODUCCIÓN

Citroën es una de las **marcas de automóviles más legendarias del mundo**. Fundada ya hace más de cien años por André Citroën, siempre ha sido reconocida por sus innovadoras tecnologías, campañas comunicacionales vanguardistas e icónicos modelos.

Durante más de un siglo, **Citroën** ha marcado una clara tendencia en cada época, con una herencia que supera los 300 modelos de vehículos, muchos de los cuales marcaron pauta de lo que sería la industria automotriz.

En Chile, **Citroën** ha sido una de las marcas de mayor crecimiento en los últimos años, aumentando su presencia en el mercado de pasajeros con modelos insignia como el C3 y C-Elyseé. Bajo esa línea, cada lanzamiento y presentación de un nuevo modelo es un claro desafío para la marca, la cual apunta a desarrollar estrategias innovadoras para lograr un buen posicionamiento y desempeño en venta de vehículos.

Bajo ese contexto, el 2018 **Citroën** tuvo el desafío de realizar uno de los lanzamientos más importantes como marca, el primer SUV de su historia en Chile: **New SUV Citroën C3 Aircross**.



NEW SUV CITROËN C3 AIRCROSS

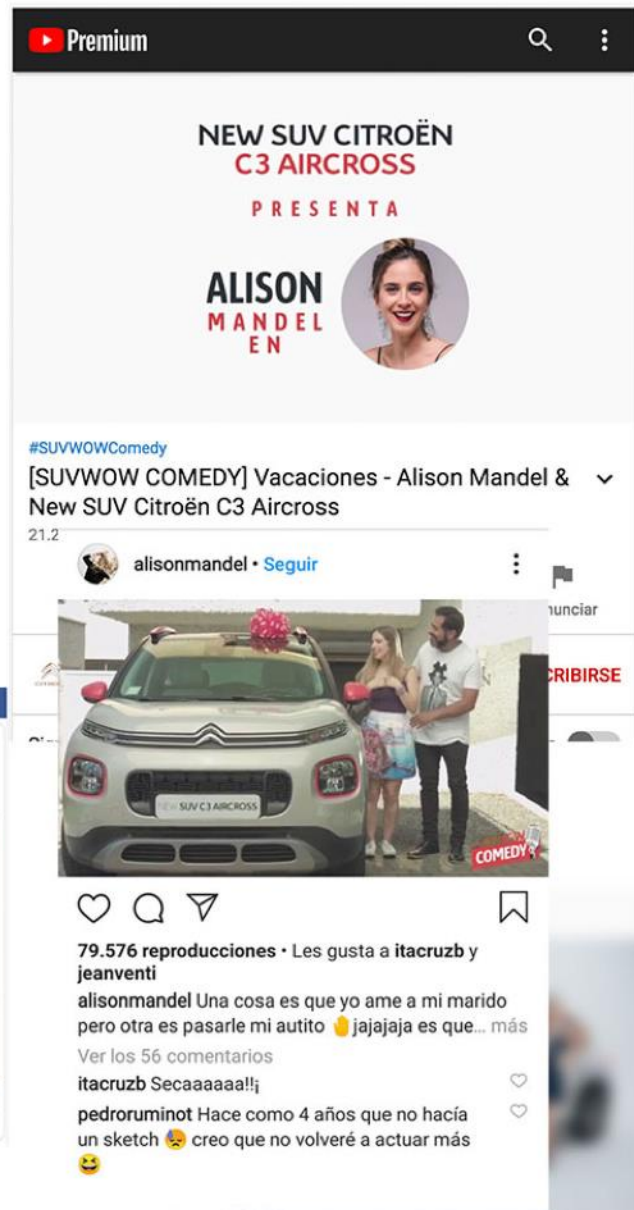
PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA

El 2018 es un año que marca un antes y un después para Citroën, es el año en que decide lanzarse el primer SUV de la marca en Chile: **New SUV Citroën C3 Aircross**. Y había que hacerlo a la altura de las personalidades de este modelo: diseño más robusto en comparación a los tradicionales modelos Citroën y con características únicas que mantenían el estilo **unique Citroën** a la vanguardia en tecnología y comodidad a bordo.

La personalidad del **New SUV Citroën C3 Aircross** lo hacía muy difícil de encasillar; no era sólo un auto de ciudad, o sólo de aventura, o sólo familiar o sólo para personas solteras. Además contaba con todo el equipamiento y tecnología de los nuevos modelos de la marca francesa con full conectividad. Por ello **Citroën** se planteó la siguiente pregunta **¿cómo catalogar un SUV tan especial como el New SUV Citroën C3 Aircross?** Para la marca, era un auto **WOW** o más bien **SUWOW**.

De esa manera definió que su lanzamiento también debía ser **WOW**, los formalismos había que dejarlos fuera y se tenía que **crear un formato nuevo que representara a una nueva generación de familias**, una versátil, con protagonistas únicos, oneros y en un ambiente relajado, tal como el **New SUV Citroën C3 Aircross**. Y que al mismo tiempo funcionarían como **influencers del modelo** para mostrar todas las cualidades de éste. El público y el auto eran nuevos, por lo que quienes comunicaran la campaña también debían serlo, la solución estaba en manos de **influencers ad hoc al público al que se apuntaba**.

Con esa definición Citroën presenta **SUWOW Comedy**, una web serie y un stand up comedy con Alison Mandel y Pedro Ruminot creados especialmente para el lanzamiento del **New SUV Citroën C3 Aircross**.



DESARROLLO EJECUCIÓN PLAN

La creación de la web serie mezcló de manera estratégica y muy inteligente la vida de los influencers, Alison Mandel y Pedro Ruminot, con las características del New SUV Citroën C3 Aircross, pero ¿por qué ellos? Precisamente por su juventud, versatilidad, por su onda y porque ambos realmente están casados, tienen hijos y por lo tanto, la necesidad real de un auto que se adapte a ellos (SUV).

Cada capítulo de la web serie potenció uno de los specs del New SUV Citroën C3 Aircross: 86 posibles combinaciones de color, 520 litros de capacidad en maletero, Hill Assist Descent, Citroën Advanced Comfort, entre otros. Así, el auto mismo formó parte de sus vidas, como solucionador de sus problemas y compañero de las cómicas situaciones que ambos vivirían.

Como punto cúlmine a la campaña de lanzamiento, se realizó un show de stand up comedy al que Citroën llamó SUVWOW Comedy. La rutina, en manos de Alison Mandel, se basó en la mezcla y relación de clásicas tragicomédias juveniles, anécdotas y estilo de vida, con los specs del auto, resaltando a través de estos los puntos fuertes del New SUV Citroën C3 Aircross, como los colores, el estilo, la experiencia de manejo, los espacios y más. Al show en vivo asistieron clientes y amigos de la marca. Además, éste fue transmitido en formato LIVE en IG/FB.

La rutina completa de stand up comedy fue la pieza de lanzamiento para todos los amigos de Citroën Chile y se alojó en Youtube para ser vista cuantas veces quisieran, al igual que cada capítulo de la web serie. Para llevar la audiencia a estos, se hicieron diversas cápsulas de video content que los redirigían y que también permitían cotizar o hacer preguntas sobre el nuevo modelo de la marca en Chile.



RESULTADOS Y EVALUACIÓN

En sólo dos semanas de amplificación, **Citroën** logró con el lanzamiento del **New SUV Citroën C3 Aircross** y **SUVWOW Comedy** excelentes resultados:

- La miniserie logró un alcance único de **362.188 usuarios**;
 - **589** interacciones directas y
 - **147.000** visualizaciones.
- En cuánto a las reproducciones y exposición del contenido expuesto en la campaña de lanzamiento se lograron:
- **3.587.309** segundos de reproducción total solo en las cápsulas de la mini serie; y
 - **38.235.918** segundos de reproducción en el video de lanzamiento.

Al fin de cuentas, la marca, no solo logró alcanzar e impactar a una gran audiencia, sino que también cautivó con contenido relevante y de su interés para entregarles de una manera innovadora y lúdica información sobre el nuevo modelo de **Citroën: New SUV Citroën C3 Aircross** a través de influencers que encajaban tanto en las características del auto, como de la marca y del público al cual se apuntaba.



SUWVOW
COMEDY



[VER VIDEO](#)



LANZAMIENTO
NEW SUV
CITROËN C3

NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

Categoría 14.2 Campaña de influencers

TÍTULO DEL PROGRAMA:

SUVWOW Comedy

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

Citroën

P R E M I O S
EIKΩN
A LA EXCELENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL