

NUMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

Nº 5: Comunicación en situación de crisis

TÍTULO DEL PROGRAMA:

Si Necesitas, Devuélvelo

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

Citroën Chile

DEPARTAMENTO DESARROLLADOR DEL PLAN:

Agencia Inbrax

PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

Carolina Pinheiro (CEO Inbrax), Bernardita Cruz (Gerente de Marketing)

PROPÓSITO DEL PROGRAMA:

El desafío de la campaña fue empatizar con la incertidumbre de las personas en situación de crisis, creando un hito comercial y de marketing único para comprar un auto en pandemia; con un formato de devolución si no lo podían pagar.

Inicio: 01-05-2020 Término: 31-07-2020



1.- INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNOSTICO)

En marzo del 2020, la llegada del Covid-19 a Chile disminuyó las ventas de la industria automotriz en un 36,5%, un récord histórico que puso en riesgo este mercado. Citroën no fue la excepción, por lo que se tuvieron que tomar diversas medidas para reducir costos en la empresa y buscar diversas estrategias para repuntar. Además, esta emergencia sanitaria provocó una fuerte crisis a nivel económico, llegando a una tasa de desempleo del 8,2%.

Lo más complejo fue no poder prever lo que vendría más adelante, por lo tanto, cualquier inversión en el área comercial o de marketing, podía poner en riesgo el futuro de la marca.

La necesidad de tener un auto propio aumentó, por considerarse una burbuja sanitaria, sin embargo, no era coherente con la crisis económica. Las personas no podían arriesgar sus ingresos y comprometerse a pagar con crédito un auto sin estar seguros de poder seguir pagándolo a futuro.

El desafío fue mantener o aumentar la participación de mercado en esta temporada de crisis durante los 3 meses de campaña.

Los kpi's fueron:

- Aumentar en 10 puntos la venta de autos Citroën.
- Lograr 2,5MM de impresiones.
- Lograr más de 100.000 visitas al sitio web.



2.- PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

La seguridad sanitaria se convirtió en una necesidad primordial de cuidado (93%), sin embargo, muchas personas igual debían salir de sus casas para trabajar, lo que implicaba un riesgo contagiarse en el transporte público. Por este motivo la ciudadanía comenzó a pensar en adquirir un auto para disminuir ese riesgo, pero el futuro incierto impedía comprometerse a pagar un automóvil.

Citroën pudo ver esto en las personas y empatizar con esta incertidumbre, por lo que crearon un nuevo hito comercial nunca visto en el mercado automotriz: Citroën With You, Si Necesitas, Devuélvelo, una campaña que daba la opción a las personas de comprar un Citroën y, en caso de que no pudieran pagarlo en el futuro podían devolverlo y cancelar solo el tiempo que lo usaban.

La campaña comunicacional puso a las personas en el centro, con el slogan With You, demostrando que Citroën si era capaz de entender las necesidades de las personas y llevar esto a acciones específicas.

3.- DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

Para Implementar la campaña había que tener un plan de medio robusto y enfocado al target de Citroën.

En mayo del 2020, en el peak de la pandemia sanitaria, se puso en marcha un plan de medio 360, donde se utilizaron canales de comunicación propios; página web, social media paid; post, video post y storie de Instagram y Facebook, canales digitales enfocados en el rubro automotriz; banner, ITT, Pop Up, y medios tradicionales como televisión abierta y prensa. El objetivo era que visitaran la página web creada para esta campaña y pudieran conocer todos los beneficios y cómo poder cotizar el automóvil que ellos buscaban paara sentirse más seguro al momento de transportarse de un lugar a otro.

Esta campaña, que pensó en las personas y se puso en lugar de los que estaban pasando por una crisis económica, logró generar un PR a nivel nacional, lo que permitió aumentar al engagement con la marca y ver a Citroën como la única preocupada del bienestar de sus clientes. Una campaña que daba la opción a las

personas de comprar un Citroën y en caso de que no pudieran pagarlo en el futuro debido a cualquier problema financiero, podían devolverlo y pagaban solo lo que usaban.

La campaña comunicación puso a las personas en el centro, con el slogan With You, demostrando que Citroën si era capaz de entender las necesidades de las personas y llevar esto a acciones específicas.

4.- RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Luego de 3 meses de campaña los resultados fueron:

- 18,7 Aumento de ventas relacion a meses anterior
- **4.275.828** De impresiones
- **180.000** Visitas a la landing
- **40.000.000** De pesos ganados en medios.

Fuentes:

- (1) Reporte Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC) marzo 2020.
- (2) INE encuesta nacional de empleo primer trimestre 2020.
- (3) IPSOS estudio coronavirus 2020
- (4) McKinsey & Company March 2020

