

**INCLUSO @ DISTANCIA
ESTAMOS CERCA**



SI NECESITAS, DEVUÉLVELO



NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

N.º 5 Comunicación en situación de crisis

TÍTULO DEL PROGRAMA:

Si Necesitas, Devuélvelo.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

Citroën

1. INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO).

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 y buscar diversas estrategias para avanzar. 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 acción en el área comercial o de marketing debía ser muy bien pensada.

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 (abril-mayo-junio 2020).

Los kpi's fueron:

- Aumentar en 10 puntos porcentuales la venta de autos en Citroën.cl
- Lograr 2.500.000 de impresiones.
- Lograr más de 100.000 visitas al sitio web.



SI NECESITAS, DEVUÉLVELO

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: **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 y durante todo el período de cuarentena ha estado bajo el naming de **Citroën With You**, desarrollando una serie de acciones específicas en tiempos de COVID-19.



WITH YOU



INCLUSO @ DISTANCIA ESTAMOS CERCA

SI NECESITAS, DEVUÉLVELO

Y PAGA SOLO LO QUE USASTE

CITROËN SIEMPRE TE HA ACOMPAÑADO EN LOS BUENOS Y EN LOS MALOS MOMENTOS DESDE 1919
CITROËN CONTIGO.

INCLUSO @ DISTANCIA ESTAMOS CERCA

SI NECESITAS, DEVUÉLVELO

Y PAGA SOLO LO QUE USASTE

INCLUSO @ DISTANCIA ESTAMOS CERCA

SI NECESITAS, DEVUÉLVELO

Y PAGA SOLO LO QUE USASTE

CITROËN SIEMPRE TE HA ACOMPAÑADO EN LOS BUENOS Y EN LOS MALOS MOMENTOS DESDE 1919
CITROËN CONTIGO.

AL COMPRAR TU NUEVO CITROËN DESDE EL 1 DE ABRIL HASTA EL 31 DE MAYO, SI NECESITAS, TIENES 3 MESES PARA DEVOLVERLO, Y ES SI PAGANDO SOLO EL KILOMETRAJE QUE USASTE, CON UN MÁXIMO DE 3.000 KMS.

El precio de recompra se calculará en base al precio de lista vigente al momento de la compra y descontando el costo de uso, que corresponderá al kilometraje del auto multiplicado por el costo por kilómetro según el modelo, de acuerdo a la siguiente tabla:

INCLUSO @ DISTANCIA ESTAMOS CERCA

SI NECESITAS, DEVUÉLVELO

Y PAGA SOLO LO QUE USASTE

COTIZALO AQUÍ



MODELOS Y COSTOS POR KM DENTRO DEL PLAN

Modelo	Costo/KM \$
CITROËN C-ELYSEE	330
CITROËN C3	390
NEW SUV CITROËN CS AIRCROSS	640

Plan mismo para recompra 3 meses desde realizada a contar a 3.000 Kms. El primer día de uso, para vehiculo nuevo tiene el 1% de abate y el 5% de mayo de 2020 a mayo de 2021, ambos inclusive. El precio de recompra no incluye costo de gestión de cancelación, impuestos, seguros u otros gastos recurrentes en la compra original. No se realiza un estudio de cancelación u otros gastos recurrentes, en el día de la devolución, con períodos de devolución, y otros gastos recurrentes en el día de la devolución. El precio de recompra se calcula en base al precio de lista vigente al momento de la compra y descontando el costo de uso, que corresponderá al kilometraje del auto multiplicado por el costo por kilómetro según el modelo, de acuerdo a la siguiente tabla:

Plan mismo para recompra 3 meses desde realizada a contar a 3.000 Kms. El primer día de uso, para vehiculo nuevo tiene el 1% de abate y el 5% de mayo de 2020 a mayo de 2021, ambos inclusive. El precio de recompra no incluye costo de gestión de cancelación, impuestos, seguros u otros gastos recurrentes en la compra original. No se realiza un estudio de cancelación u otros gastos recurrentes, en el día de la devolución, con períodos de devolución, y otros gastos recurrentes en el día de la devolución. El precio de recompra se calcula en base al precio de lista vigente al momento de la compra y descontando el costo de uso, que corresponderá al kilometraje del auto multiplicado por el costo por kilómetro según el modelo, de acuerdo a la siguiente tabla:

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

Para implementar la campaña había que tener un plan de medios 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 para sentirse más seguros 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, en ese minuto, **como la única marca automotriz preocupada del bienestar de sus clientes en el peak de la pandemia.**



4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

En 3 meses de campaña los resultados fueron:

18,7

Aumento de puntos porcentuales de venta en Citroën.cl

4.275.828

Impresiones

+180M

Visitas a la landing.

+40MM

De pesos ganados en medios.

The collage displays the campaign's presence across multiple media channels. The central focus is the slogan "SI NECESITAS, DEVUÉLVELO" (If you need it, return it), which is featured in large, bold letters on various news articles and social media posts. The articles discuss the campaign's launch and its relevance to the current economic climate. At the bottom of the collage, three Citroën vehicles are showcased: a blue sedan, a white SUV, and a white hatchback, representing the range of cars available under the campaign.

[Ver Case Aquí](#)

**INCLUSO @ DISTANCIA
ESTAMOS CERCA**



SI NECESITAS, DEVUÉLVELO



NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

N.º 5 Comunicación en situación de crisis

TÍTULO DEL PROGRAMA:

Si Necesitas, Devuélvelo.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

Citroën