

Campaña MG Care de MG Motor

Número y nombre de la categoría a inscribirse: categoría 18.1.

Capítulo: general

Título del programa

Nombre compañía: MGConsulting

Area(s): PR

Personas responsables: Diego Céspedes, Michelle Raposo , Valentina Yavar.

Introducción:

Con la llegada de la pandemia a nivel mundial, MG Motor, la exitosa firma internacional y ganadora del reconocimiento a Mejor Marca 2020, tuvo como objetivo mantener su posicionamiento en el mercado chileno, generando más valor para sus clientes, aún con el desafío de que todas las concesionarias del país estuvieran cerradas debido a las cuarentenas totales.

Así se creó el concepto MG Care, que permite estar cerca de los clientes, pero de una manera distinta. Para esto, creamos una serie de videos animados, llevando al mundo de la animación a su modelo más popular MG ZS y el n° 1 en venta en Chile, entregando tips a los amantes de MG Motor, con la siguiente premisa: si ellos están encerrados, sus autos también.

Entregamos tips a los usuarios enseñándoles cómo mantener sus MG en buen estado, teniendo en consideración la protección, limpieza, niveles de batería, presión de neumáticos, encendido de aire acondicionado, desinfección de instrumentos, distanciamiento para estacionarse y como el piloto también es parte del auto, le dimos tips para sobrellevar el encierro, y por supuesto, el home office.

Principales Objetivos:

- Apoyar a las comunicaciones de la marca durante el tiempo de cuarentena.
- Generar nuevos contenidos de la marca con material novedoso para usar en los países donde la marca tiene presencia.
- Acompañar a los clientes de la marca durante los meses de cuarentena.

Estrategia y Táctica:

La estrategia consistió en desarrollar el concepto de MG Care, por medio de comunicados y contenidos audiovisuales para la marca -que tuvo sus locales cerrados por la cuarentena- que abordaran el tema de la pandemia de una forma más positiva buscando ser un apoyo y acompañamiento para los clientes de la marca.

Para esto se crearon distintas piezas animadas con elementos icónicos de la marca, como el modelo MG ZS, que se encontraba en el número uno de ventas de su segmento y el reconocible logo de la marca, para entregar desde consejos para la buena mantención del auto hasta tips para el cuidarse del virus y recomendaciones para el teletrabajo.

Ejecución:

Para lograr el objetivo se trabajó en conjunto con MG Motor para el concepto de las animaciones y las que luego fueron publicadas en las redes sociales de la marca.

Junto con los videos animados, se generó contenido de prensa para difundir en mayor profundidad el concepto de MG Care a través de los distintos consejos para los usuarios.

Resultados

- El material tuvo una gran recepción por parte de MG Motor y fue replicado en las cuentas de los distintos países de la región donde tiene presencia.
- Fidelización con los seguidores de la marca.
- La marca tuvo un incremento importante en el market share entre 2019 y 2020, donde pasaron de un 2,2% a un 4,2%, entrando al grupo de las 10 marcas más vendidas en Chile, en una industria de más de 60 competidores.

- Alcance 46.333
- Interacciones: 4.353
- Reproducciones: 8.341