



Cliente:

PUMA / DigitasLBI

Sector del cliente:

Ropa deportiva / Agencia

Uso de Audiense:

Identificación y
comunicación con
influencers



Audiense fue una herramienta importante para identificar con precisión a usuarios de Twitter influyentes que queríamos que participasen en nuestras campañas. Hubiera sido complicado seleccionar manualmente a todos esos perfiles, sin embargo con Audiense fue mucho más fácil afinar para llegar a los mejores en cada ciudad.

Leslie Fines

Social & Content Strategy
Manager, DigitasLBI



Los influencers con tasas de engagement 24 veces superiores a PUMA, y cómo PUMA los encontró

PUMA es una de las principales empresas internacionales de vestimenta deportiva que diseña y fabrica accesorios, ropa y calzado deportivos y casual. DigitasLBI es una agencia de marketing y tecnología global con 44 oficinas en 26 países.



Preparados, listos...

La campaña de PUMA #IGNITEYourCity fue audaz. Visitó 11 ciudades principales en los mercados clave de la marca, con 21 días de actividad deportiva en cada una de ellas. Además de grandes atletas, la campaña quería atraer a corredores influyentes en cada sitio para ayudar a promover la iniciativa. Pero ¿cómo conectar con esos corredores que habían logrado crear fuertes comunidades de runners en sus ciudades?

Esta acción también fue parte de otra campaña en marcha, #ForeverFaster, para impulsar el conocimiento de PUMA como una marca de running. Así que se necesitaba una solución para asegurar que PUMA podría mantener las relaciones recién adquiridas una vez terminada #IGNITEYourCity.

Reto

encontrar influencers locales en todo el mundo para llegar directamente a las comunidades de running e impulsar la conversación sobre PUMA.

Solución

se utilizó la segmentación avanzada para identificar influencers, y la funcionalidad de monitorización para organizar y analizar los participantes.

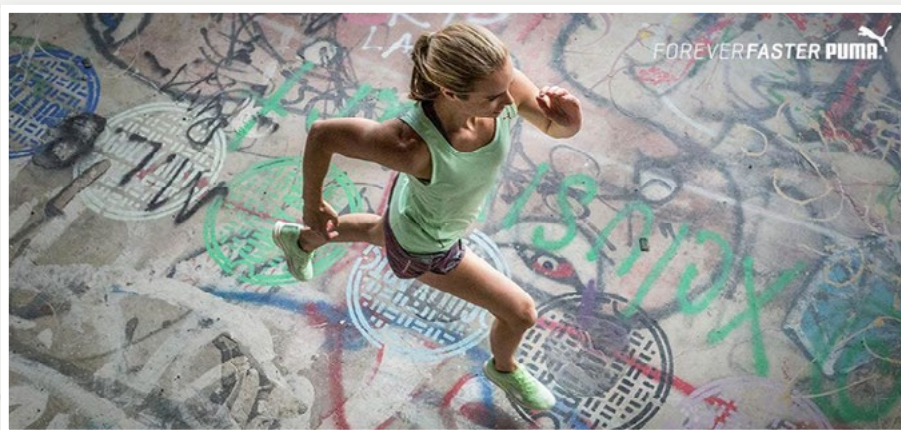
Resultados

los influencers lograron altas tasas de engagement, captando a una audiencia relevante de más de 10.000 corredores.

... ¡Ya!

DigitasLBI utilizó las capacidades de segmentación de la plataforma Audiense para identificar a los corredores más influyentes en cada ciudad, reduciendo la lista a solo 40 perfiles y de ahí seleccionando manualmente los mejores. Este proceso se repitió para distintas ciudades en todo el mundo: PUMA pudo identificar a los atletas más populares que compartían los valores de la marca, que tenían una alta tasa de participación con respecto al tamaño de su perfil, y cuyas audiencias estaban alineadas con su público objetivo.

A continuación, PUMA utilizó las funciones de monitorización de Audiense para crear audiencias de los corredores que interactuaron con la campaña mediante retweets, respuestas, "me gusta", y el uso de los hashtags. Este conocimiento permitió a PUMA dirigirse a esa audiencia clave con mensajes de seguimiento fomentando la asociación entre la marca y el running, e impulsando las ventas.



Y la medalla de oro es para... Audiense

- Más de 10.000 usos únicos de los hashtags localizados de IGNITE, capturados para retargeting.
- Monitorización de interacciones con la campaña en más de 80 países.
- Influencers con tasas de engagement 24 veces superiores a las de las cuentas principales de PUMA.
- Monitorización de conversaciones sobre la campaña por parte de seguidores de los influencers, demostrando su eficacia.
- Los datos de Audiense revelaron que PUMA estaba perdiendo horas punta de publicación, con dos horas o más de retraso en algunos mercados.

La plataforma Audiense impulsa tres funciones fundamentales que ayudan a marcas y agencias a expandir sus negocios: creación de audiencias utilizando sofisticadas combinaciones de atributos y fuentes, adquisición de insights en profundidad sobre esas audiencias, y la conexión con audiencias en detalle para ofrecer comunicaciones relevantes y eficaces. Audiense es partner certificado de Twitter y de IBM Watson, y trabaja con más de 4.000 marcas y agencias entre las que se encuentran Universal Music, Havas Helia y Comic Relief.

Los nombres de empresas, productos o servicios mencionados en este documento pueden ser marcas registradas o marcas comerciales de sus respectivos propietarios.