



Domingo, 11 de octubre de 2015

Creatividad, estrategia y resultados

Dos campañas de YPF premiadas en los Effie Awards 2015

YPF fue galardonada con dos Effie de Plata por sus campañas de SERVICLUB y de INFINIA, en las categorías Programas de Fidelización y Accesorios para Vehículos, por su creatividad, originalidad, estrategia y resultados. Los premios Effie se especializan en publicidad efectiva: la que de verdad funciona.

La campaña de SERVICLUB fue realizada junto a la agencia Kepel & Mata y muestra de una forma divertida y original cómo el gato Beto, icono de las distintas campañas de comunicación de SERVICLUB, disfruta de escapadas y distintos beneficios con la tarjeta.

YPF SERVICLUB se convirtió en el programa de beneficios con mayor crecimiento de la Argentina. La plataforma ya cuenta con más de un millón de socios activos, una red de beneficios y descuentos en más de 5.000 establecimientos adheridos en todo el país que operan sobre más de diez rubros: pasajes, hoteles, restaurantes, compras, cines, teatros, excursiones y distintos servicios para el viajero y el automóvil.

La campaña de INFINIA fue creada por la agencia Liebre Amotinada y producida con efectos especiales de última generación. Bajo el lema “Con INFINIA, tu auto no solo parece que anda mejor. Anda mejor”, la campaña se focalizó en los atributos del producto como máximo octanaje y agentes multipropósito que limpian y protegen los motores. Y la estrategia fue posicionarla como una marca capaz de articular la potencia y la inteligencia.

A partir del lanzamiento del nuevo combustible, YPF logró un sólido posicionamiento y se convirtió en el líder del segmento de naftas grado 3 con un 63,4% de participación de mercado. Seis de cada diez automovilistas que consumen nafta, eligen INFINIA.



En el año de su décimo aniversario, Effie Awards Argentina reunió a los más importantes profesionales de la industria publicitaria para celebrar las ideas que supieron combinar creatividad, estrategia y resultados. La ceremonia de entrega, con récord de asistentes, tuvo lugar en el Tattersall de Palermo, en Buenos Aires.

Este reconocimiento, que fue recibido en el escenario por el equipo completo de la Vicepresidencia de Comunicación y Relaciones Institucionales de YPF, se suma a los ya obtenidos por otras campañas de comunicación implementadas por la compañía en los últimos tres años, entre los que se destacan los Premios Mercurio 2013 y 2014, por la campaña de educación vial (Ases al Volante) y el plan de marketing que se implementó por el lanzamiento del Bono YPF, respectivamente.

YPF también fue premiada por las campañas en apoyo a la Selección Argentina de Fútbol durante el mundial de Brasil con un Lápiz de Oro y uno de Bronce. En ese mismo año, la Cámara Argentina de Anunciantes, junto a la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad, galardonó a YPF con el premio Buenos Anuncios. En 2014 YPF obtuvo el premio a la Gran Marca Argentina, otorgado por la American Marketing Association.

Por su parte, la Fundación YPF fue reconocida por sus acciones sociales y de comunicación. Este año recibió tres Premios Eikon por su Campaña Sembrar Vocaciones, sus planes de acción Añelo Sostenible y Las Heras Sostenible y la campaña Vos y la Energía.

Sobre los premios Effie

Los premios Effie fueron creados en 1968 por la American Marketing Association, New York, y desde entonces han recibido el reconocimiento de anunciantes y agencias como los premios de máxima relevancia en la industria publicitaria.