



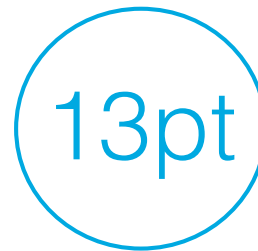
pasión de mujeres

Reaching out to #MujeresSinFiltro

To increase brand awareness, Argentinian shopping center Alto Palermo, ran a Marquee ad campaign with a series of 15-second videos, that featured daily situations between couples in which women were able to express their "unfiltered" thoughts to men.



lift in ad recall
between the control
and exposed group



lift in awareness
between the control
and exposed group



lift in message association
between the control and
exposed group

STORY

Where Argentinian women shop

Alto Palermo is a shopping center located in Buenos Aires specializing in clothing, fashion and trends, specifically for women. With a bold, modern architectural design, and a range of national and international stores, this mall has become the main spot for women to do their shopping.

GOAL

Capturing attention with creativity and ingenuity

Alto Palermo aimed to increase brand awareness with the ultimate goal of increasing foot traffic to its stores. They chose Instagram as an ideal platform to reach a young female audience.

SOLUTION

Investing in exclusive content for Instagram

Alto Palermo ran a video campaign in September 2015 using Instagram's Marquee tool—a high-impact, single-day ad that offers mass reach and guarantees impressions up to three times a day.

The shopping center produced fifteen exclusive videos for Instagram and ran three per day for five days, spread over a three-week period. The videos featured daily situations between couples, where the woman in the relationship is speaking her mind 'without a filter', much to the chagrin of the man. All featured the caption and hashtag "We use filters when uploading pictures with them, but never when talking to them #MujeresSinFiltro #AltoPalermo" making a tongue-in-cheek reference to Instagram photo filters.

The campaign reached 2.37 million people and achieved a 26 point lift in ad recall 4.3 times higher than Nielsen average standards. And a 13 point lift in awareness. Brand association with its tagline "Pasión de Mujeres" increased by +5pts lift after exposure to this campaign. Alto Palermo was the first Argentinian shopping center to use Instagram ads to drive business results.

“ Our Partnership with Instagram was a key to strengthen our relationship with women through a digital media. The campaign known as #MujeresSinFiltro had an exclusive content production with positive results and a major reach, key results to continue being a trustworthy and inspirational resource for them. ”

Juliana Monsalvo y Diego del Rio
Marketing Directors
Alto Palermo



Alcanzando a las #MujeresSinFiltro

El centro comercial argentino Alto Palermo implementó una campaña de anuncios Marquee con una serie de videos de 15 segundos. A través de mensajes creativos y de alta frecuencia, la campaña ayudó a que Alto Palermo alcanzara un aumento significativo en el conocimiento de marca entre jóvenes argentinos.



de aumento en recordación de anuncio entre grupo de control y grupo expuesto



de aumento en conocimiento de marca entre grupo de control y grupo expuesto



de aumento en asociación de mensaje entre grupo de control y grupo expuesto

Historia

Donde compran las argentinas

Alto Palermo es un centro comercial ubicado en Buenos Aires y que se especializa en moda y tendencias, sobre todo para mujeres. Con una arquitectura moderna, y una gran variedad de tiendas nacionales e internacionales, este shopping se ha posicionado como un lugar de encuentro preferido por las mujeres para sus compras.

Objetivo

Capturando la atención con creatividad e ingenio

Alto Palermo quería continuar siendo un destino de compras atractivo para su público de jóvenes mujeres, y esta campaña buscó incrementar el conocimiento de marca con el objetivo final de aumentar la concurrencia a sus locales físicos. Instagram fue una plataforma ideal para alcanzar a esta audiencia.

Solución

Invertir en contenido exclusivo para Instagram

Alto Palermo hizo uso de Video Marquee en Instagram para llevar adelante una acción de videos en septiembre de 2015. Marquee es una campaña de alto impacto de un día de duración que ofrece impresiones garantizadas y la posibilidad de llegar a un público más amplio hasta 3 veces en un mismo día.

El centro comercial produjo quince videos exclusivos para Instagram, distribuidos en un periodo de tres semanas. Los videos reflejaban situaciones cotidianas entre parejas y en las que las mujeres expresaban sus pensamientos "sin filtro" ante los hombres. La frase "Para subir fotos con ellos usamos filtro, pero para decirles las cosas jamás #MujeresSinFiltro #AltoPalermo" acompañaba a todos los videos jugando con el concepto de los filtros en Instagram.

La campaña llegó a 2.37 millones de personas y alcanzó 26 puntos de aumento en recordación del anuncio, 4.3 veces superior a las normas Nielsen, y 13 puntos de aumento en conocimiento de marca, 3.2 veces más alta que las normas de Nielsen.

La asociación de marca con su tagline "Pasión de Mujeres" aumentó más de 5 puntos luego de la exposición a esta campaña. Alto Palermo fue el primer shopping argentino en usar anuncios de Instagram para impulsar sus objetivos de negocio.

“ El Partnership de Instagram fue clave para que nuestra relación con las mujeres se transmita y se fortalezca desde un medio digital. La campaña #MujeresSinFiltro contó con producción de contenido exclusivo con un gran alcance y métricas de marca positivas, resultados claves para seguir siendo una fuente de confianza e inspiración para ellas. ”

Juliana Monsalvo y Diego del Rio
Gerentes de Marketing
Alto Palermo