

CAMPAÑA POPEYES

Junio 2019, Ciudad de Panamá



Contexto y objetivos

Popeyes

Una marca de comida rápida bien conocida en el mercado. Sin embargo no se posiciona en el Top of Mind de los Panameños.

Objetivo

- Reforzar su visibilidad en el mercado de comidas rápidas.
- Promover la oferta de los Deditos de pollo a un precio de \$3.99 cada combo.

Dispositivo

400 caras en Mobiliario Urbano para una cobertura total de la ciudad durante 7 días.

Público Objetivo

Audiencia de nivel socio económico bajo y medio.



Resultados estudio pre/post-test



Mobiliario Urbano:
1er medio asociado a la campaña

33% de los entrevistados la vieron en el medio, frente a TV (14%)



Alto nivel de recordación

47% han visto la campaña (+20pts vs pre-test)



Alta progresión de intención de primera compra

+8.8pts vs pre-test



Alto nivel de repetición

40% han visto la campaña más de 5 veces



Mejora en los atributos positivos

Buena calidad-precio (+9pts), da una buena impresión de la marca (+18pts)