

CAMPAÑA NIKO'S

Marzo 2021, Ciudad de Panamá



Contexto y objetivos



Niko's

Cadena de restaurantes 100% panameña, Niko's cuenta con 10 sucursales en el área metropolitana y se posiciona como el restaurante que más sabe a Panamá, con los mejores precios y promociones.

Objetivo

Para reactivarse en este periodo de pandemia, Niko's comunicó sobre sus nuevos menús "Come Buco, Paga Poco" y su nuevo producto, el "Retro Sandwich" a 1\$.

Dispositivo Mobiliario Urbano

200 caras
2 semanas aplicando el Recency Planning

Dispositivo Gran Formato

3 puentes + 1 valla

Público Objetivo

NSE bajo

Resultados

“ Para Niko's, la toma de decisión de estrategias de medios durante la pandemia fue todo un reto, pero tener una ejecutiva de ventas con experiencia que apoya a la estrategia del cliente con datos y análisis de los artes fue un factor fundamental para crear una estrategia con los resultados esperados y que de hecho se sobrepasaron. En el mes de Marzo, con la pauta que se hizo a través de campaña de MUPIs y vallas, logramos tener un crecimiento del 94% en ventas y un aumento de transacciones del 32% que representó un giro importante en la tendencia de ventas que se venía observando. El tener una estrategia de medios con un mix adecuado en el momento oportuno y con el mensaje correcto aportó a nuestro crecimiento. Muchas gracias a JCDecaux Top Media por la cercanía con nosotros y ser un socio estratégico. ”

Susan Bayón V.

Directora de Mercadeo, Grupo Niko's