



Renault, Publicis, OMD y Google unen fuerzas en Italia para promover el concepto de empresa familiar mediante el uso de plataformas de Google

Los objetivos

- Promover el éxito de las empresas italianas de propiedad familiar
- Aumentar los clientes potenciales y las ventas en la gama de vehículos comerciales ligeros (VCL)

El Enfoque

- Creación de una aplicación que incorpora funcionalidades de Google for Work
- Lanzamiento de una campaña de marketing interactivo en YouTube
- Seminarios empresariales ofrecidos en directo en concesionarios locales

Los Resultados

- 770.000 visualizaciones del vídeo de lanzamiento en el canal de YouTube de la marca
- Más de 100.000 descargas de la aplicación
- Aumento del 70% anual de clientes potenciales de VCL
- Aumento del 40% anual de las ventas de VCL

Las empresas familiares son fundamentales para la economía italiana moderna, ya que ofrecen empleo a la generación más joven. Pero más allá de la noción romántica de unos trabajadores tradicionales que desempeñan su oficio, hay otro aspecto: el reto de modernizar la empresa tradicional en un entorno renovado y más competitivo.

Renault quería ayudar a las empresas familiares italianas a desarrollar herramientas para volver a fundamentar su actividad en la tecnología a fin de promover su éxito. En colaboración con Publicis y Google, Renault ha lanzado una campaña para promocionar su nueva aplicación móvil, que incorpora funcionalidades de Google for Work.

La campaña de marketing presentó historias interactivas a través de vídeos de YouTube que permitían al usuario pasar de “padre” a “hijo” como una manera de explorar la belleza de la empresa familiar en Italia. En la campaña también se aprovechó la presencia de los concesionarios locales de Renault, y diversos instructores profesionales ofrecieron seminarios en directo sobre cómo el entorno digital puede ayudar a las empresas pequeñas y medianas de toda Italia. Además de difundir el mensaje, estas acciones contribuyeron a atraer clientes potenciales a los concesionarios.

La aplicación Google for Work fue de mucha utilidad ya que, literalmente, conecta a padres e hijos para ayudarlos a tomar decisiones y a completar tareas cuando más importa: fuera del lugar de trabajo. El vídeo de lanzamiento en el canal de YouTube de Renault obtuvo 770.000 visualizaciones y la campaña consiguió numerosos premios, incluido el León de Bronce de Medios de Comunicación en la edición de 2016 del Festival Cannes Lions.

