Información

Gran éxito Viral para Volvo Trucks.

Con su último anuncio publicitario, “The Epic Split”, Volvo Trucks ha demostrado que el marketing no convencional funciona en el B2B. Este ha tenido una gran difusión en todo el mundo y en sólo unas pocas semanas se ha convertido en el anuncio de la industria de automoción más visto en YouTube hasta la fecha.

Desde que se lanzara "The Epic Split" en YouTube, el 14 de noviembre, este anuncio ha sido tenido más de 59 millones de visualizaciones. Se han hecho eco de él en las redes sociales y los medios, ha sido tema de miles de conversaciones on line y offline y se ha convertido en un fenómeno en sí mismo, siendo objeto de parodias y diversas versiones.

"La respuesta es sobrecogedora. Esperábamos tener éxito con el anuncio, pero no imaginábamos esta dimensión tan rápida. Al fin y al cabo, "The Epic Split" es un anuncio de camiones", comenta Per Nilsson, Director de Relaciones con la Prensa para la marca Volvo Trucks.

El éxito en cifras

"The Epic Split" no solo se ha convertido en el anuncio de automoción más visto en la historia de YouTube. La acogida en las cuatro primeras semanas se puede resumir en cifras.*

"The Epic Split" y su historia ha sido:

- compartida más de 6 millones de veces en las redes sociales.
- buscada más de 10 millones de veces en Google.com.
- cubierta por los medios de todo el mundo: 20.000 piezas editoriales online se han hecho eco del anuncio.
- tiene un valor estimado en los medios de 70 millones de euros.

Gastar menos ganando más

Desde verano de 2012, Volvo Trucks ha lanzado seis videos que muestran las innovaciones de los nuevos cinco camiones que se han presentado en este periodo. Por

ejemplo, "The Epic Split" muestra la precisión y la estabilidad de la Dirección Dinámica de Volvo.
Ese también es el gran éxito de los videos.

"El alcance que han tenido es principalmente debido a la participación de la audiencia. No queríamos gastar más que nuestros competidores, por lo que decidimos se más astutos que ellos. Nuestra estrategia de comunicación tiene parte de eso" afirma Per Nilsson.

Marketing B2C para un producto B2B

La estrategia de comunicación en sí misma es parte del mayor cambio que ha hecho Volvo en la forma de hacer marketing de sus productos, presentándolos a una audiencia más amplia. Es tan sencillo como hacer marketing de gran consume para productos destinados a profesionales.

"Nuestra estrategia de marketing está basada en el hecho de que, también en los productos B2B, son los individuos los que toman las decisiones de compra. Los camiones actuales son máquinas de gran tecnología, diseñadas para hacer más fácil el trabajo de los conductores, ofrecer seguridad a los conductores, el tráfico y los peatones y ser tan rentables como sea posible. Pero para los conductores y as empresas de transporte estas no son las únicas motivaciones de compra, también es importante la imagen del camión que conducen", comenta Per Nilsson.

Eficiencia en los costes.

Un marketing impactante llegará también a los conductores y empresas de transporte, según el razonamiento de Volvo Trucks. Y funciona.

"Nuestros clientes tienen como referencia estos videos. Pero va más allá, las empresas de transporte que utilizan nuestros camiones, reciben comentarios de sus clientes, sobre los videos", continúa Per Nilsson.

"Lo que nos gustaría es que la popularidad que el anuncio ha tenido impulse el conocimiento y la demanda de nuestros camiones. Gracias a una inversión relativamente pequeña en los medios de comunicación, hemos obtenido una gran respuesta. Nuestra estrategia ha demostrado todo lo que se puede hacer para aprovechar los nuevos medios", concluye Per Nilsson.

Ver el video en :
http://www.youtube.com/watch?v=M7FIvfx5J10&feature=share&list=UUkKEthtUQHmBqIYZTHyfXoA&index=1

Para acceder a vídeos de calidad profesional que respaldan esta nota de prensa y ver otros materiales, visite http://www.thenewsmarket.com/volvotrucks
Hay imágenes de prensa y películas disponibles en la galería de imágenes y películas de Volvo Trucks en http://images.volvotrucks.com

Volvo Trucks ofrece soluciones de transporte completas para profesionales y empresas. Nuestra empresa ofrece una gama completa de camiones para el transporte semipesado y pesado, y cuenta con una red global de 2.300 puntos de servicio en más de 140 países. Los camiones Volvo se montan en 16 países de todo el mundo. En 2012, Volvo Trucks entregó más de 105.000 camiones en todo el mundo. Volvo Trucks forma parte del Grupo Volvo, uno de los mayores fabricantes a nivel mundial de camiones, autobuses, equipos para construcción y sistemas de tracción para aplicaciones marinas e industriales. El Grupo también ofrece soluciones de financiación y de servicio. El trabajo de Volvo se basa en nuestros valores fundamentales de calidad, seguridad y respeto al medio ambiente.