

Caso práctico

Volkswagen Belgium

Sobre la compañía

Las campañas interactivas permiten a Volkswagen Belgium utilizar un tono elegante a la par que divertido al comunicarse con su público digital.

Los retos



Mejorar la visibilidad, la viralidad y el número de seguidores en las redes sociales de la marca



Mejorar la imagen y la reputación de la marca



Potenciar el engagement, ofreciendo atractivos momentos de interacción a su público

Los retos

3 300

partidas en juegos

2 730

perfiles nuevos obtenidos

¿Cómo?

Gracias a la ayuda de su agencia creativa, DDB, Volkswagen Belgium ha creado un juego de preguntas musicales sin sonido en el que los usuarios tienen que adivinar el nombre de ciertos cantantes o grupos musicales a partir de imágenes de coches. Este juego supuso una oportunidad para que la marca pudiese destacar su colaboración con el festival de música Pukkelpop, ya que se obsequiaba al ganador con entradas.

