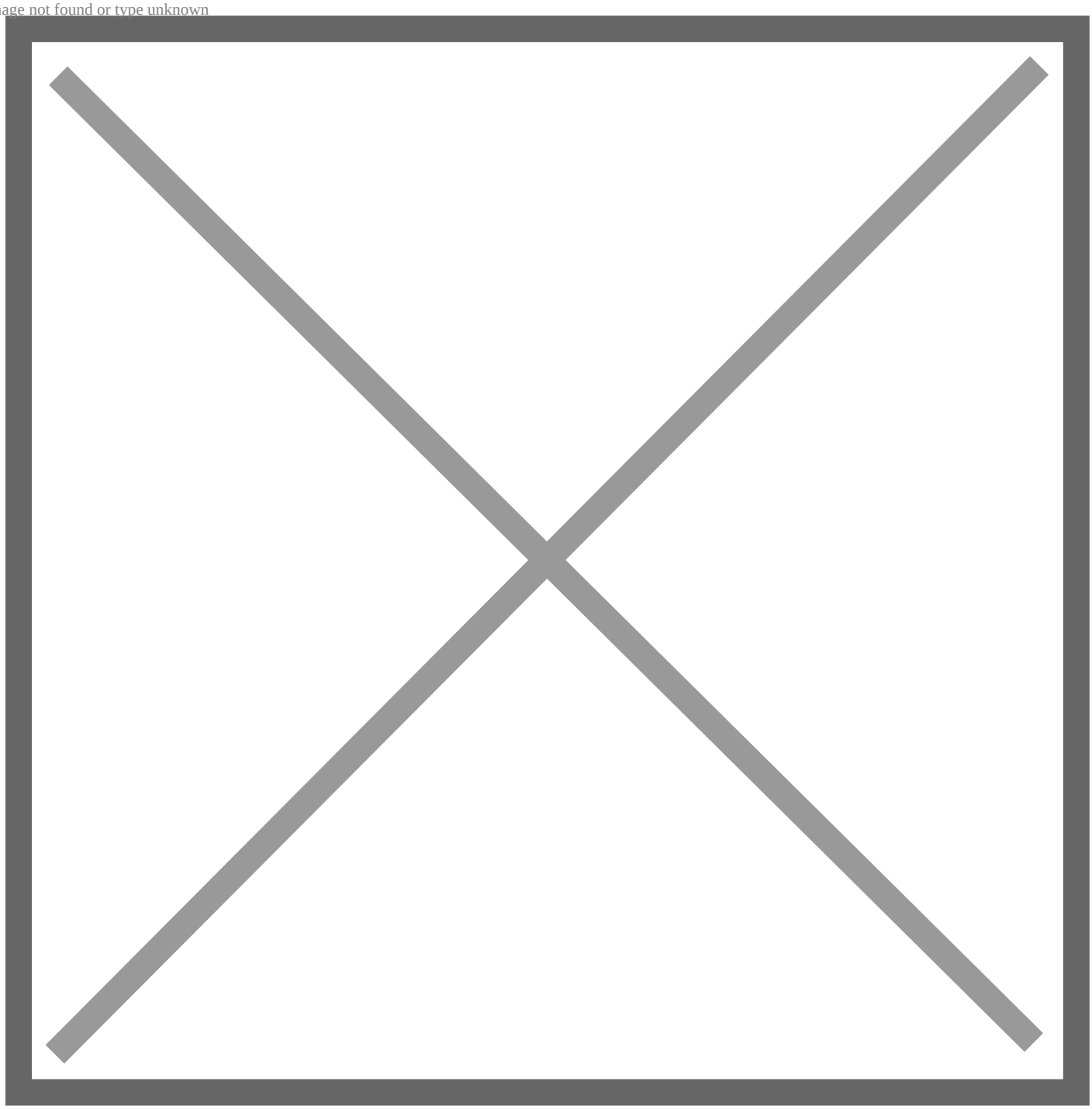
El nuevo Camry de Toyota enciende sensaciones

October 19, 2017

Image not found or type unknown



PLANO, Texas (1 de septiembre, 2017) — El nuevo Camry de Toyota está aquí, con un nuevo exterior despampanante y una nueva campaña publicitaria que se enfoca en las emociones y sensaciones que los conductores sentirán al conducir el auto. Mientras que la compra de un Camry sigue siendo una opción

inteligente y racional, el Camry 2018 ahora ofrece la magia y emoción que los conductores anhelan. Estas emociones son el enfoque de la campaña “Sensaciones”, que seduce a conductores y los hace amar el nuevo Camry por todas las razones “equivocadas”. La campaña cubrirá múltiples canales de comunicación, incluyendo televisión, cine, social, impresión, digital y out of home.

En lugar de decirle a los clientes cómo se siente conducir el nuevo Camry, esta campaña les muestra a través de imágenes impactantes y evocadoras que claramente transmiten un sentimiento específico generado por algún aspecto del estilo, la seguridad, la tecnología o el rendimiento del Camry. El objetivo de la campaña es introducir a las personas a una experiencia inspiradora, emotiva y emocionante, que hará que cada conductor se sienta especial al conducir.

La campaña completamente integrada se desarrolló bajo Total Toyota (T2), el modelo de mercado total que crea un enfoque de marketing cohesivo entre las agencias oficiales de Toyota, incluyendo Saatchi & Saatchi, Conill, Burrell Communications y interTrend Communications.

"El lanzamiento de la próxima generación de Camry es increíblemente importante para Toyota, y queríamos crear una campaña que igualara la excelencia y emoción del nuevo diseño. ‘Sensaciones’ transmite perfectamente lo que la gente sentirá conduciendo el nuevo Camry", dijo Ed Laukes, vicepresidente de grupo, marketing, Toyota. "Una vez más, nuestros socios de Total Toyota en Saatchi & Saatchi, Conill, Burrell e interTrend elevaron nuestras expectativas y entregaron una campaña integrada que destaca y que concuerda con la visión de futuro de Toyota y lo que nuestros dueños experimentarán mientras conducen el auto".

Televisión

Un total de ocho comerciales de televisión se desarrollaron utilizando conocimientos multiculturales dirigidos a un público transcultural. Los anuncios resaltan las fortalezas específicas del vehículo mientras introducen a los clientes a las emociones que sentirán al conducirlo.

Cuatro comerciales de televisión presentan imágenes visuales de gran impacto, junto con legendarios éxitos musicales destinados a inyectar vida a las emociónes y contar la historia del nuevo Camry. En tres comerciales – Thrill, Wonder e Indulge – la música de éxitos clásicos como Don’t Stop Me Now de Queen, The Look de Roxette y What a Wonderful World permiten a las voces actuar como una narrativa emocionalmente poderosa. En el cuarto comercial, Wild, los potentes sonidos de Wild One de Suzi Quatro dirigen una nueva y emocionante visión de cómo se siente conducir el nuevo Camry. Cada comercial está apoyado por sonidos casi musicales, grabados directamente desde el propio Camry.

Striking y Rebellious comunican los tipos de niveles altos de emoción que el Camry puede inspirar, representados por ritmos de alto octanaje y edición rápida. Strut transforma un viaje rutinario a buscar pizza, con una rebanada fresca de estilo. Y Captivating captura la relación entre padre e hijo cuando descubren juntos la emoción de las características de su nuevo auto.

Digital

En la campaña digital de "Sensaciones", se invita a los usuarios a interactuar con la creatividad en combinación con contenido de videos únicos. Además, un anuncio interactivo destacará varias características del Camry proporcionando una experiencia auditiva entregada a dispositivos móviles. Cuando se abre, los usuarios tendrán que tocar burbujas tituladas "rebelde", "emoción", "serenidad", entre otras, que las llevan a una serie de experiencias interactivas con sonido mediante un simple movimiento del teléfono o dedo en la pantalla. Una ejecución creativa diferente incorpora la tecnología ASMR (respuesta meridiana sensorial autónoma) – un hormigueo que muchas personas sienten al escuchar ciertos sonidos – para magnificar las sensaciones, crear contenido visual y auditivo y resaltar las extraordinarias características del nuevo Camry.

Social

Una innovadora campaña de medios sociales adopta un enfoque único para dirigirse a las audiencias de Twitter. Videos sociales cortos, cada uno cobrando vida con diferentes emojis que provocan emociones, serán dirigidos a los usuarios de Twitter basados en su reciente uso de emojis en la plataforma. La campaña "Sensaciones" marca la primera vez que esta estrategia publicitaria – con creatividad personalizada – ha sido empleada por una marca automotriz en Twitter.

Además, una serie de videos “snackable” y artísticos jugando con metáforas visuales sobre los sentimientos que el nuevo Camry provocará se presentarán en Facebook y Twitter. Utilizando una variedad de contenido como los snackable videos, imágenes y GIFs, Instagram creará un collage que muestra el vehículo, sus características y los sentimientos que provoca.

Anuncios Impresos y Out-of-Home

Los anuncios impresos usarán imágenes de la campaña de televisión para empujar los límites emocionales del nuevo Camry, llevando los sentidos a su máximo nivel e invitando a los conductores a disfrutar, asombrar y permanecer libres. Usando CGI (imágenes generadas por computadora), la campaña de impresión de Camry incluye nueve anuncios de impresión tradicionales junto con un encarte experiencial en publicaciones específicas que permite al lector sentir el impacto sensacional de conducir el nuevo Camry 2018. Con la campaña out-of-home, la creatividad, enfocada en la marca, presenta el nuevo vehículo y el logotipo frente a una pared distintiva de piezas de automóvil estilizadas, que utiliza una apariencia similar a la de las ejecuciones de impresión.

Acerca del Toyota Camry 2018

El Camry de octava generación ha pasado por una evolución total, desde un coche confiable, seguro y comprobado hasta uno que también posee un carácter más emocionante y asombroso, gracias a su recién descubierto rendimiento deportivo y estilo llamativo.

El nuevo Camry utiliza TNGA (Toyota New Global Architecture), que representa una estrategia completamente nueva que afecta el diseño, la ingeniería, y el embalaje de los vehículos de la empresa.TNGA retiene todos los valores tradicionales de Toyota de calidad superlativa de la estructura y seguridad, mientras inyecta una experiencia divertida para el conductor que juega con todos los sentidos. La manifestación física es el uso de un nuevo motor, transmisión y plataforma GA-K.

Los comerciales de "Sensaciones" están disponibles aquí. Vea las fotos del nuevo Camry aquí. El vehículo está a la venta ahora en concesionarios.