

# Nunca Pares: Toyota inspira asombro en su más reciente campaña de marca

October 13, 2022

Image not found or type unknown



Toyota cree que la vida se expande cuando te aventuras, cuando “vas a lugares”, cuando nunca paras. Y como conducir puede ser una parte importante del acontecer cotidiano, esos “lugares” pueden ser mucho más que simplemente espacios físicos. Esa es la idea detrás de la nueva campaña de la marca Toyota, “Never Settle”/“Nunca pares”.

Lanzada el lunes 3 de octubre y prevista para correr hasta febrero de 2023, la campaña destaca momentos especiales en la vida de las personas como conductores. La campaña consiste de siete comerciales desarrollados utilizando el modelo de marketing Total Toyota (T<sup>2</sup>), teniendo en cuenta de forma amplia las principales audiencias transculturales en los Estados Unidos. Esta estrategia cohesiva, que incluye el marketing multicultural y el modelo de mercado total, entrega a la audiencia las calidades que hacen a Toyota la marca de hoy.

“Hemos creado una variedad de trabajo dedicado al branding en el pasado que ha ayudado a forjar familiaridad con Toyota”, dice Lisa Materazzo, vicepresidente de grupo, Toyota Marketing, Toyota Motor North America. “Pero esta es la primera vez que hemos creado una campaña de este tipo y a esta escala que está apoyada por el trabajo dedicado de nuestras cuatro agencias de publicidad”.

El comercial “A New World”, por ejemplo, relata la historia de una pareja que se dirige a casa desde el hospital tras haber dado a luz a un niño. La madre y el bebé van en el asiento trasero de una Toyota Sienna mientras el padre conduce y contempla el ajetreado mundo —lleno de oportunidades— que los rodea. Las personas que protagonizan el anuncio son una familia real, y no actores, por lo que la historia resulta auténtica para el mensaje de la campaña.

*Una familia real es presentada en la campaña de la marca Toyota desarrollada por Saatchi & Saatchi llamada “A New World.”*

## **Aventuras en cada esquina**

Si bien el objetivo es impulsar a que la gente siga y luche por sus sueños, a “ir a lugares”, la creatividad de la campaña insta a reflexionar sobre el eslogan: es el destino físico y también el viaje lo que importa.

“Not Yet” capta la determinación y el espíritu colectivo que lleva a este grupo específico cada vez más lejos, ilustrando cómo los Latinos siguen adelante y nunca renuncian a sus objetivos. La parte de “Not Yet” en las redes sociales cuenta con un grupo diverso de influencers, entre las que se encuentra Katya Echezarreta, una ingeniera de la vida real y la primera mujer nacida en México en viajar al espacio, que comparten sus inspiradoras historias de perseverancia y determinación con los Latinos para que sigan avanzando porque juntos pueden llegar más lejos.

*“Not Yet”, el spot creado por Conill Advertising, ilustra como los Latinos avanzan y nunca paran en alcanzar sus metas.*

“Training Wheels” sigue a un joven a lo largo de su adolescencia mientras aprende a montar en bicicleta, a nadar y a pilotar un avión. Por el camino, otros pioneros de su comunidad lo estimulan a perder el miedo y probar nuevas cosas. Al final, se lo ve ganando un premio.

*El spot de Toyota “Training Wheels” fue desarrollada por Burrell Communications para la campaña de la marca.*

“La mayoría de las campañas publicitarias de Toyota se centran en los vehículos, destacando sus cualidades particulares”, dice Materazzo. “Esta campaña de marca es diseñada a complementar nuestra publicidad enfocada en los vehículos por medio de la narración que representa nuestra identidad y creencias como marca”.

Por ejemplo, la Toyota Highlander aparece en la escena inicial de “Move to Your Own Beat”, pero el foco

principal del comercial es una joven que comienza un nuevo viaje. Primero, la joven se ve en una bata blanca, poniendo una caja que contiene un estetoscopio en la cajuela del vehículo. En el próximo escenario, la joven está en un estudio de danza aprendiendo danzas tradicionales de la India, empujándose a pesar de haberse lastimado durante su práctica. Finalmente, se está presentando en un estudio de danza elegante, no solo como solista sino con un grupo de estudiantes agradecidos que bailan junto a ella y que reconocen su logro.

*Move to Your Own Beat” desarrollado por Intertrend Communications, destaca una mujer joven comenzando su nuevo camino.*

## **La vida en momentos**

“Never Settle”/”Nunca pares” no es la primera campaña de marca de Toyota, pero sí la primera de esta escala y estructura. La campaña completamente integrada T<sup>2</sup> se extiende a través de programación principal y deportes en televisión, cinema, video digital, contenido digital, y redes sociales.

Una campaña de branding realza las cualidades y los valores importantes para mantener presente la marca Toyota. Con un gran alcance y dedicada a reavivar el entusiasmo entre los actuales fanáticos de Toyota, la campaña utiliza momentos especiales para establecer una conexión positiva y significativa con aquellos que aún no forman parte de la familia Toyota.

“Estos momentos especiales son auténticos, memorables, relacionables, emotivos, emocionantes e inconfundiblemente Toyota”, señala Materazzo.

Para ver todos los anuncios, visita el canal de YouTube de Toyota aquí: [here](#).