

Pepsico Mexican Foods se suma a la segmentación sin cookies y supera benchmarks en campañas de vídeo

Data + Identity demuestran ser una combinación imbatible para el futuro de las CPG

Localización

LATAM · Mexico

Industria

CPG

Desafío

Probar que la segmentación cookieless funciona hoy.

Soluciones Lotame

- Panorama ID™ de Lotame
- Lotame Data Exchange

Resultados

- Entrega 2.2 veces más eficiente.
- 2 veces más económico que con las cookies.
- Superaron 20% el índice de VCR de la marca y su rendimiento a través de todos los navegadores.

“En Marias Gamesa®, nuestra prioridad siempre es el consumidor para generar amor por la marca en cada acción que hacemos. La evolución digital ha sido un facilitador clave en los últimos años para crear una relación más empática y cercana con nuestros consumidores y audiencias. Es por eso que los socios estratégicos, como Anagram y Lotame, se convierten en una parte muy importante de este viaje y nos han ayudado a participar de manera más personalizada e innovadora y, sobre todo, son clave de la evolución de la mentalidad en nuestro equipo de Marketing para enfrentar un mundo más complejo,”

— dijo Daniel Díaz, Brand Senior Director de Pepsico Mexican Foods



PEPSICO



Cientes

Los consumidores disfrutan más de mil millones de veces al día de las marcas icónicas de Pepsico Mexican Foods, en más de 200 países. Es por ello, que continúan con el impulso de su misión de incentivar la innovación en sus productos y estrategias publicitarias. Para lograrlo, Pepsico Mexican Foods junto con su agencia Anagram establecen sólidas conexiones con los consumidores de todo el mundo mediante la segmentación basada en datos. Pero frente a un futuro sin cookies, Anagram buscó la mejor manera de prepararse para la próxima segmentación cookieless y, al mismo tiempo, lograr el mayor rendimiento para la marca.

Solución

Anagram colaboró con la compañía de tecnología global Lotame para desarrollar una estrategia de video sin cookies basada en datos para preservar y extender la capacidad de segmentación de Pepsico Mexican Foods en todos los dispositivos y la web abierta. Lotame creó segmentos de audiencia personalizados para las dos marcas de galletas de Pepsico Mexican Foods, Marias Gamesa® y Chokis®, utilizando una combinación de datos demográficos y de interés. Con los mismos parámetros, se crearon segmentos con y sin cookies para realizar pruebas. Las audiencias sin cookies utilizaron el identificador galardonado Lotame Panorama ID™ para llegar a las audiencias de Pepsico Mexican Foods en todo el inventario programático sin depender de cookies de terceros o tráfico autenticado. Ambos conjuntos de audiencias se activaron en Mediamath, el DSP de la marca.

“ En Chokis®, una de nuestras marcas más queridas, la transformación digital es una de nuestras principales prioridades para seguir siendo relevantes para nuestros consumidores. Como una marca divertida y dinámica enfocada en los millennials, buscamos y desarrollamos nuevas formas de conectarnos creando contenido sobresaliente que asegure llegar a audiencias clave. Para que esto suceda, trabajamos en conjunto con socios estratégicos fuertes, como Anagram y Lotame, para impulsar la evolución de la marca al mismo tiempo que nuestros consumidores se adentran hacia un mundo digital sin cookies.”

— Paola Ortiz, Brand Senior Director de Pepsico Mexican Foods

Resultados

Las audiencias cookieless creadas con Panorama ID superaron un 75 por ciento el índice de VCR de la marca y su rendimiento en comparación con los segmentos con cookies, a través de todos los navegadores y dispositivos. Esto demostró que la segmentación basada en datos funciona hoy y después de las cookies. Además las cookies demostraron ser 2 veces más costosas y 2 veces menos eficientes para llegar a personas únicas, en comparación con los resultados obtenidos con Panorama ID. Con estos resultados, Anagram planea lanzar más campañas utilizando los datos de alta calidad de Lotame y la solución cookieless Panorama ID.

Panorama ID supera los Benchmarks de Pepsico Mexican Foods & a las cookies para ofrecer campañas más eficientes y efectivas

Gráficos

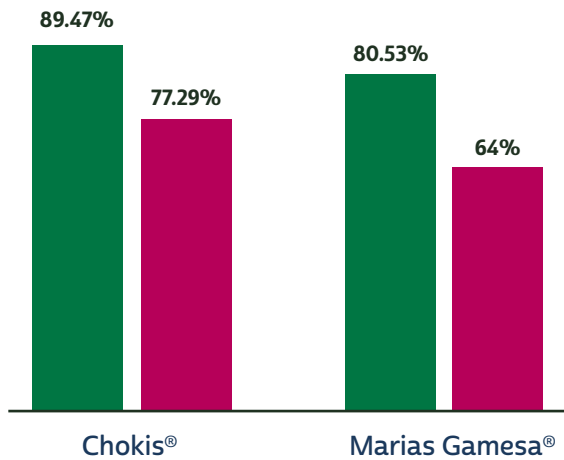


Panorama ID

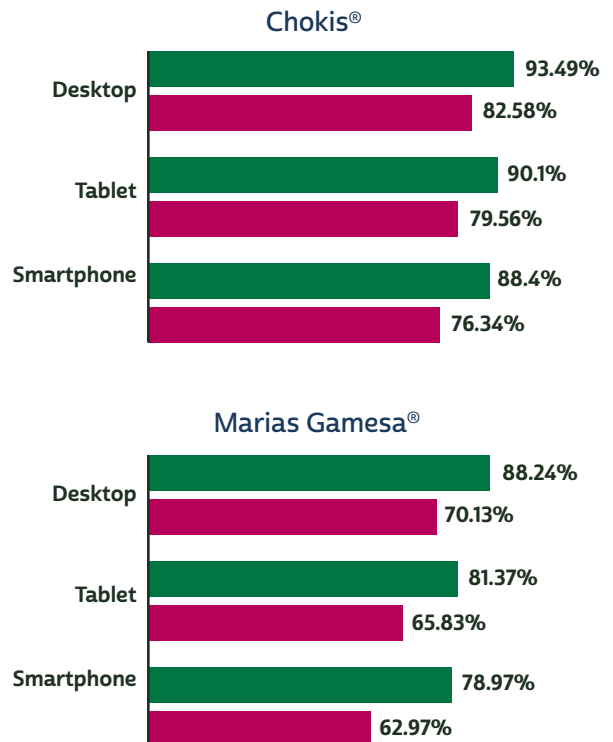


Cookies

Total VCR · Benchmark 75%



VCR por dispositivo · Benchmark 75%



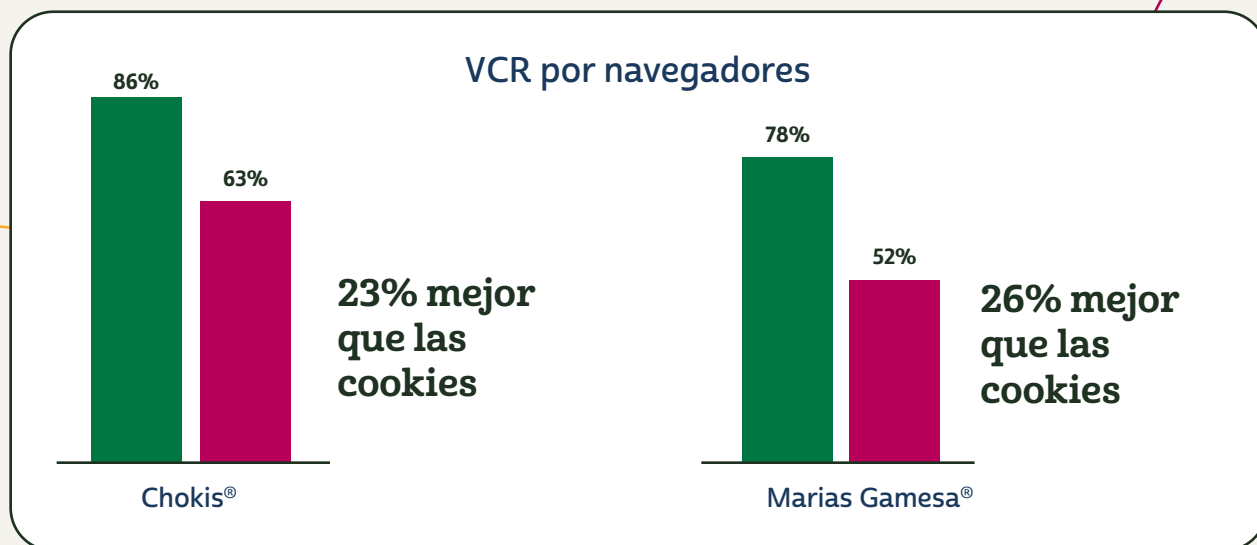
Gráficos



Panorama ID



Cookies

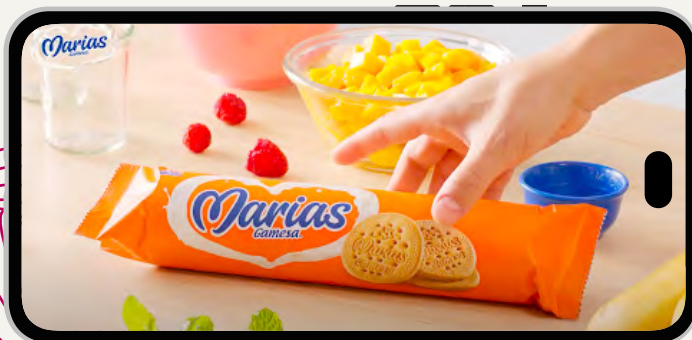


2.2X Frequency cap más eficiente con Panorama ID

En México, cada individuo identificado por medio del Panorama ID está asociado a 2.2 cookies. Cuando el frequency cap se establece en 3 dentro de un período de 24 horas, la campaña se presenta 3 veces a una persona mediante Panorama ID, pero una persona puede ver la campaña hasta 6 veces o más a través de cookies.

42% más de personas únicas alcanzadas

Con Panorama ID, Pepsico Mexican Foods llegó a nuevas personas que no hubiese podido debido a la ausencia de cookies.



Las cookies son ~2x más caras

Chokis®	eCPM	Ratio cookies a Panorama ID	Costo efectivo por 1000 individuos alcanzados
Panorama ID	\$3.32	1	\$3.32
Cookies	\$3.24	2.2	\$7.13

Marias Gamesa®	eCPM	Ratio cookies a Panorama ID	Costo efectivo por 1000 individuos alcanzados
Panorama ID	\$3.95	1	\$3.95
Cookies	\$3.34	2.2	\$7.34

¿Quieres resultados similares
para tu negocio?
Contactanos: latam@lotame.com

