

#BrahmaVerano

Brahma se apropia del verano en Twitter

Esta es la primera vez que la marca propone una campaña de verano en una plataforma más amplia.

De la mano de **Twitter**, **Brahma** alcanzó a su audiencia ideal con resultados muy positivos y se convirtió en la marca presente durante todo el verano.

Brahma se unió a la conversación

Celebrando los momentos que todos disfrutan con comunicación creativa que despertaba emociones positivas. Así, Brahma abrió la conversación con tres mensajes clave:

1
Brahma celebra y se divierte conmigo en los mejores momentos

2
Brahma es ideal para beber en el verano

3
Brahma es LA cerveza del verano

Fuente: Kantar Millward Brown - Cross Media - Brahma Verano, abril 2018

Todos hablaron del verano Brahma

Hashtags usados para la campaña

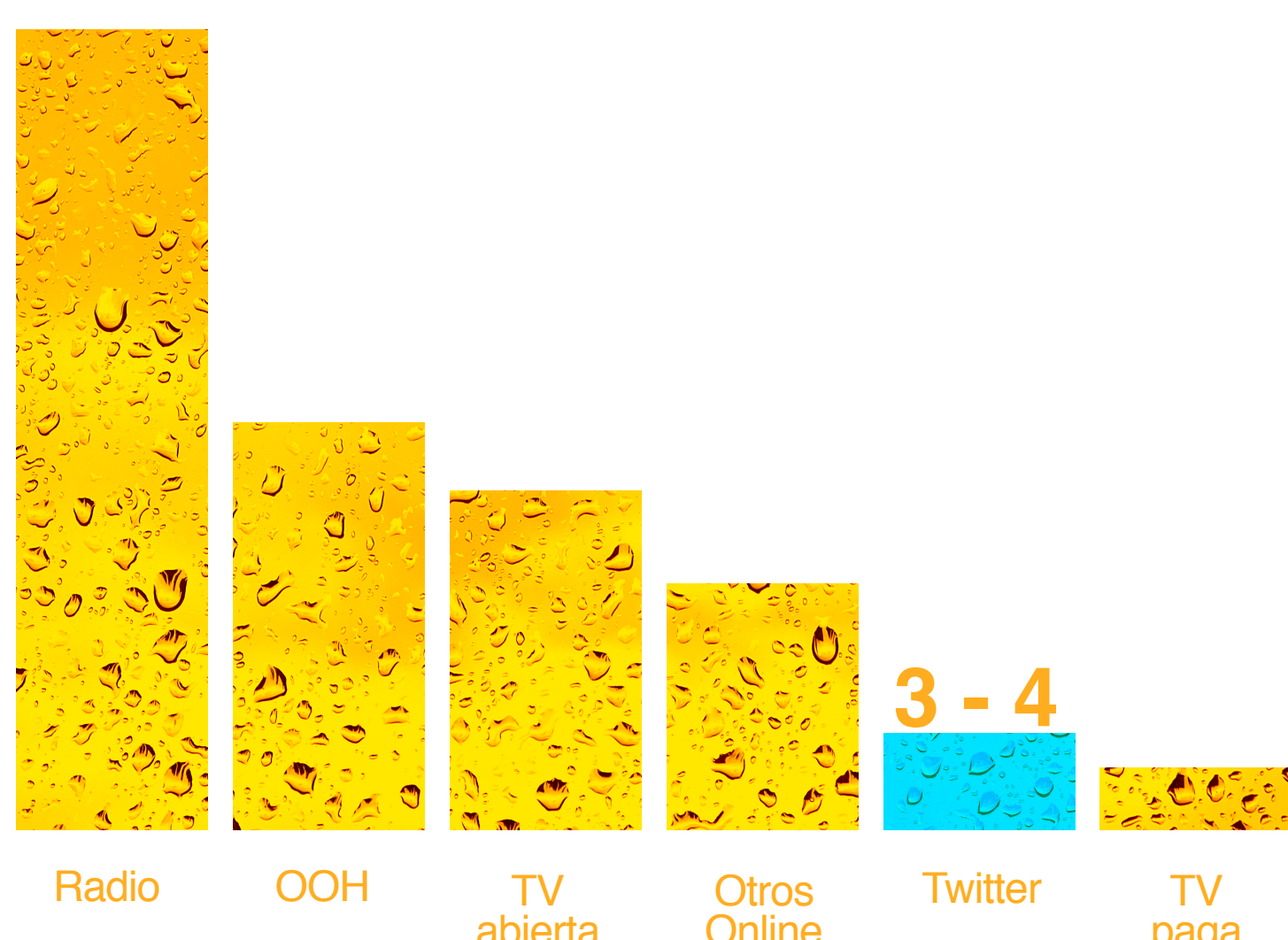
#BrahmaVerano
#VeranoAmigosYBirras
#Verano
#UnaPiletaParaElVerano



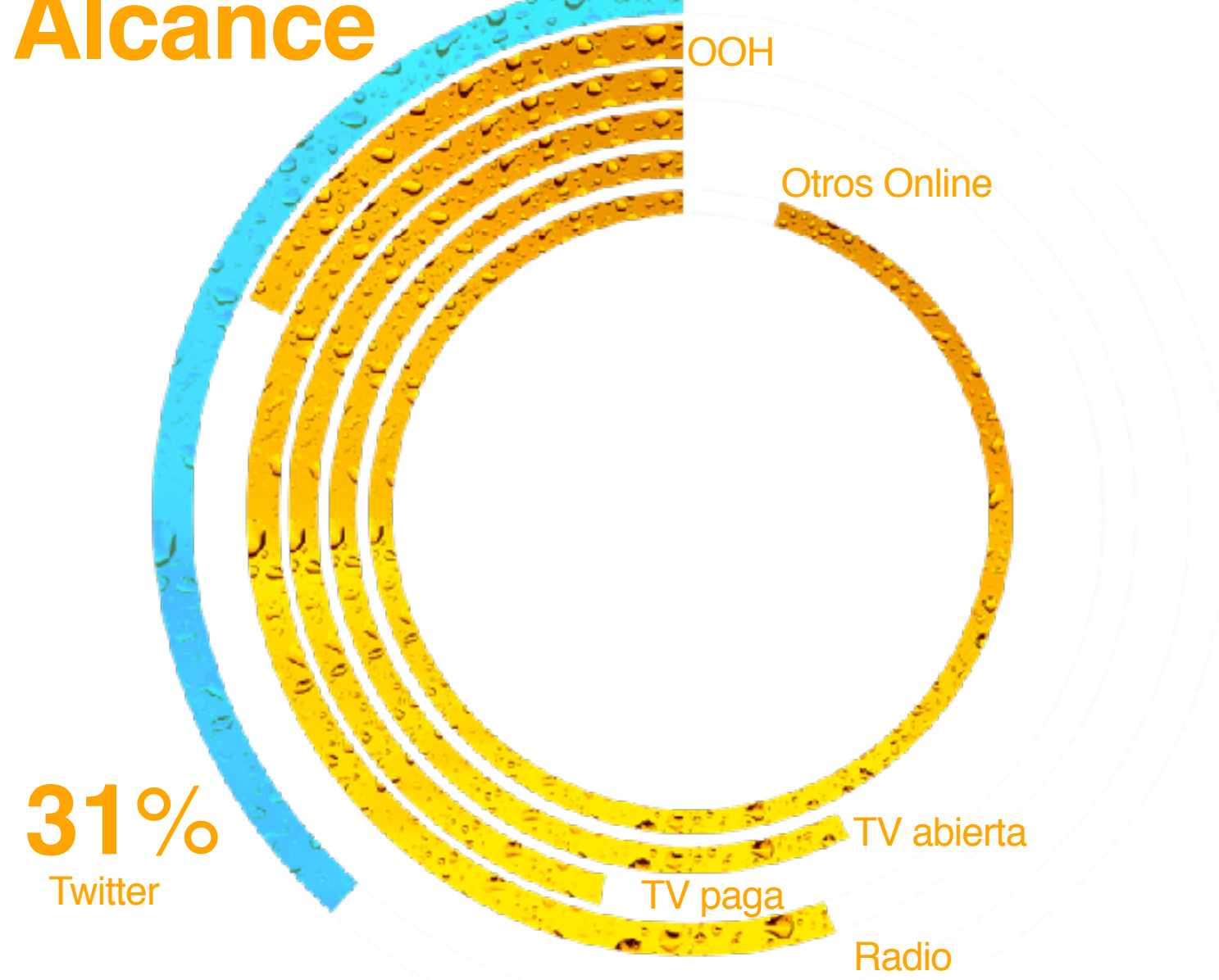
Menor frecuencia, mayor alcance

Twitter tiene un alcance de 31% con un promedio de frecuencia de 3

Frecuencia



Alcance

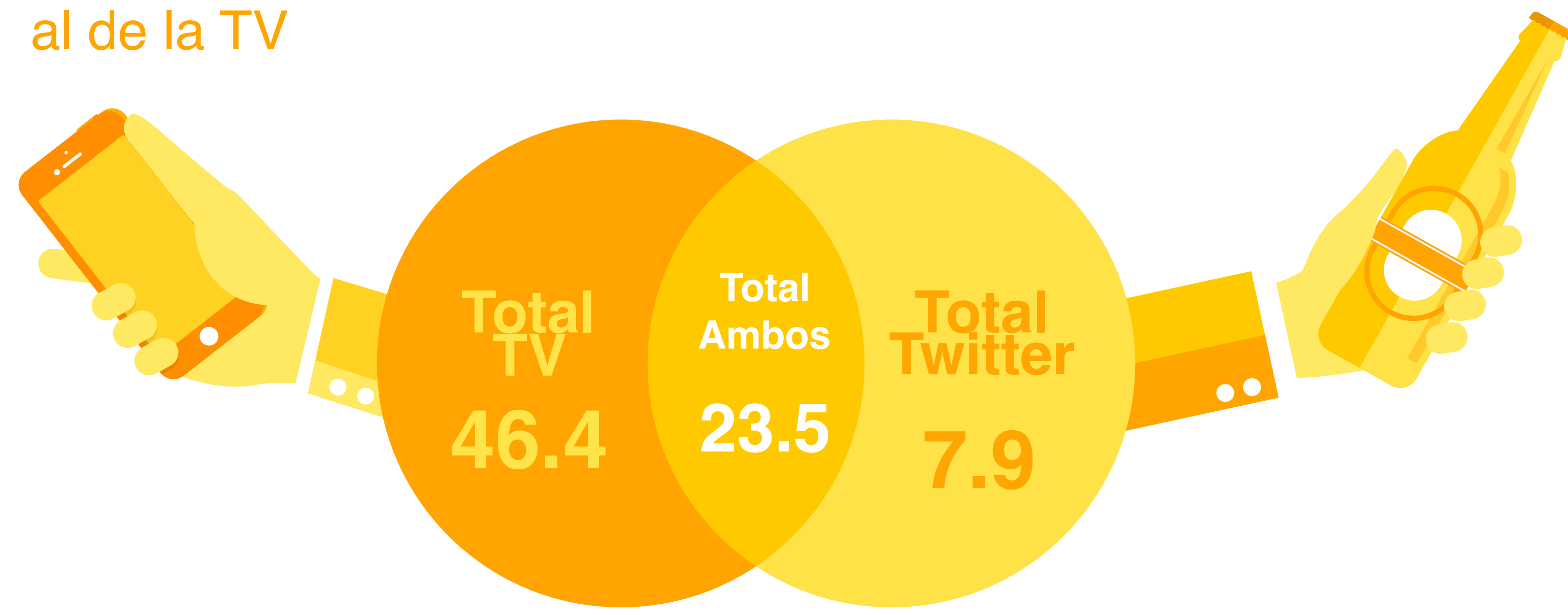


+ Jóvenes entre 18 y 24 años. ABC1 - C2

Fuente: Kantar Millward Brown - Cross Media - Brahma Verano, abril 2018

Brahma aprovechó la sinergia de audiencias de Twitter

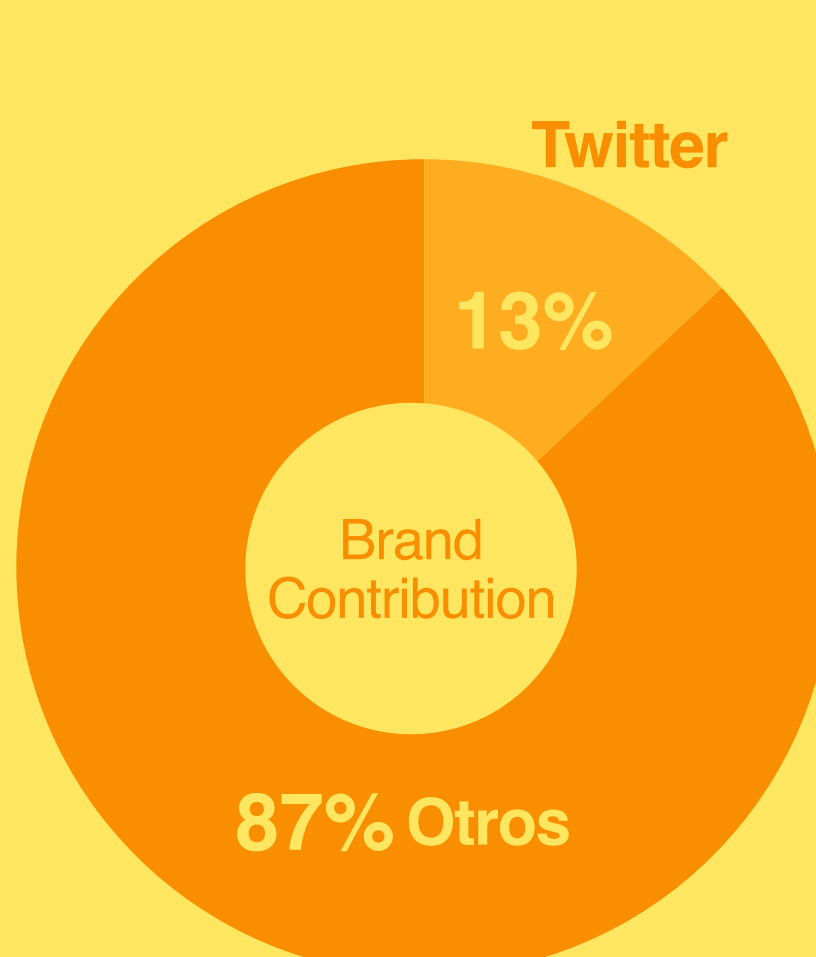
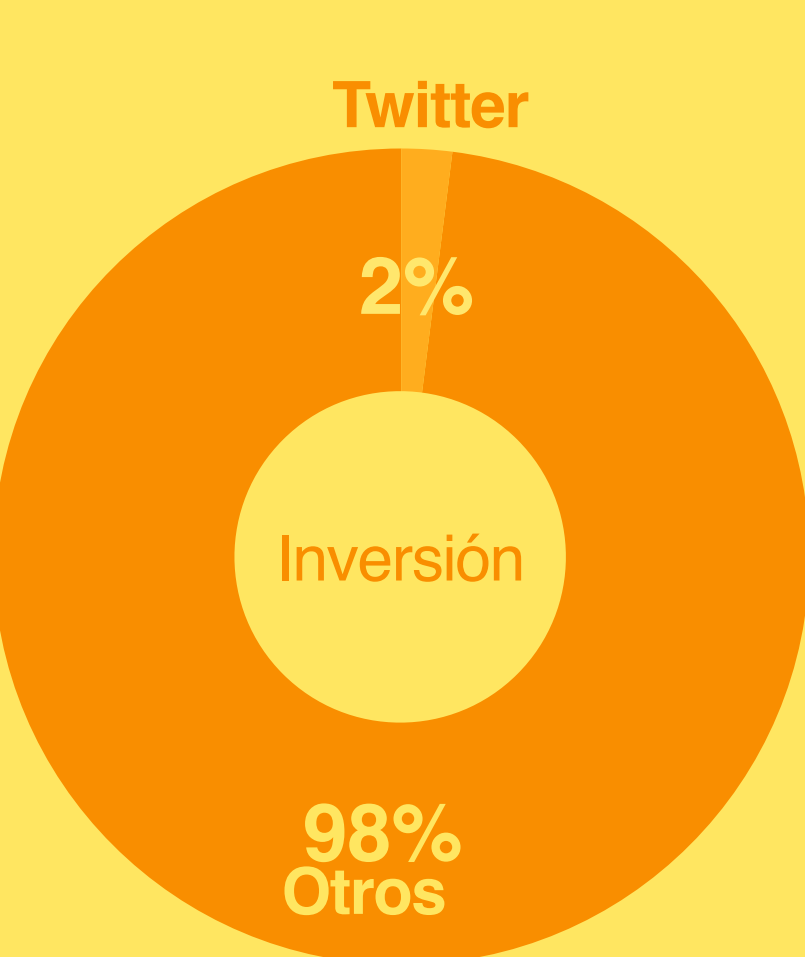
Con Twitter se logró un 9% de alcance en el target, adicional al de la TV



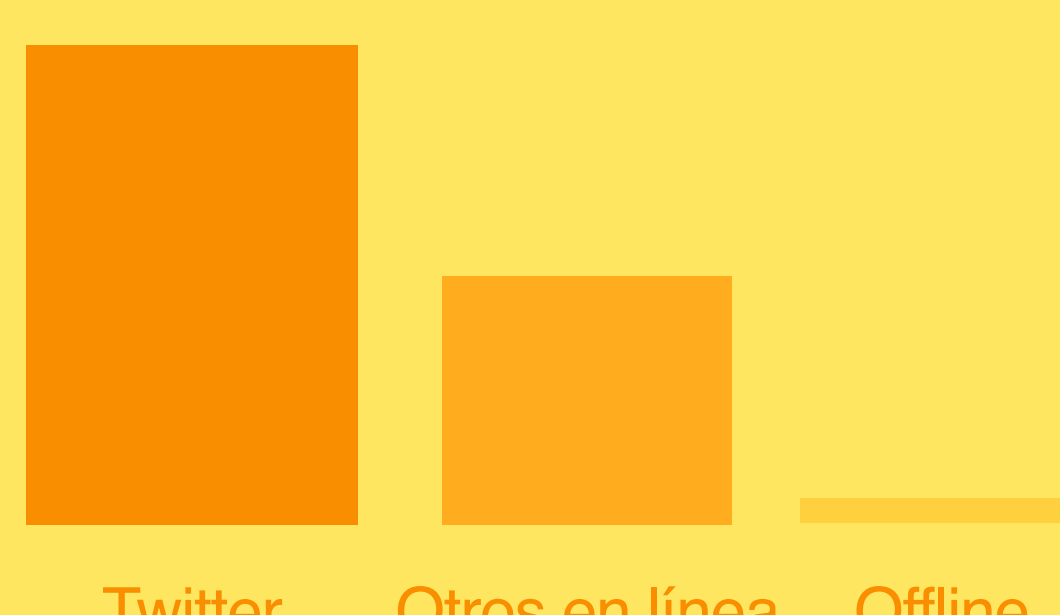
Fuente: Kantar Millward Brown - Cross Media - Brahma Verano, abril 2018

En Twitter, Brahma maximizó su impacto

Twitter fue 16x más impactante que otros medios offline y 1.75x que otros medios online



Índice de impacto en los atributos de marca



Fuente: Kantar Millward Brown - Cross Media - Brahma Verano, abril 2018

Con Twitter logras mayor eficiencia

Los resultados logrados son increíbles:

11x más eficiente que la TV abierta para construir alcance

2x más eficiente que otros medios digitales para construir marca

