

**DDB**<sup>o</sup> Better Ideas. Better Results.

un caso de eficacia:

# Bosch

el anunciante:

Bosch es una marca multiproducto y bajo el mismo logotipo conviven piezas y recambios de automóvil, herramientas eléctricas, grandes electrodomésticos y PAE (pequeño electrodoméstico). Su principal campo de actuación es la línea blanca, mercado donde la marca, con una historia de apenas 15 años en España, se ha convertido en la marca más deseada del sector.

el briefing:

Bosch lanza la primera plancha con función automática, un modelo con una posición “auto” que permite planchar cómodamente cualquier tipo de tejido sin necesidad de cambiar la temperatura en el display. El display electrónico puede ser percibido con temor por aquellas personas más tradicionales, acostumbradas a los selectores mecánicos, por lo que es necesario mostrar la facilidad de uso.

Las ventajas de la plancha automática son útiles tanto para los planchadores inexpertos como para los expertos, por lo que hay que evitar que la plancha sea percibida como un electrodoméstico “para torpes”. El objetivo con el nuevo modelo era dominar en el segmento alto, donde se encuentran los líderes históricos. Para ello, necesitaba lanzar un producto innovador que le permitiera desmarcarse de todos los demás modelos del mercado, y comunicarlo de forma clara y contundente.

## la estrategia:

El planteamiento creativo debía subrayar la importancia del selector automático de temperaturas. Para ello, debíamos buscar una situación que estuviera vinculada a un insight de consumidor, ya que deseábamos cambiar sus percepciones y que el consumidor empezara a pensar en la importancia de una prestación inédita hasta el momento: una plancha para toda la familia.

La variedad de tejidos y la posibilidad de plancharlos todos sin tener que preocuparse por los posibles problemas, cada vez más frecuentes por los aumentos desmesurados de potencia, era un elemento especialmente atractivo para las consumidoras y un elemento que marcaba la diferencia contra los competidores. Las consumidoras se declaraban dispuestas a pagar un precio más alto por disponer de esta prestación. Sólo necesitábamos un key visual que lo reflejara.

## la creatividad

televisión:



Pregúntale a mamá a qué temperatura se plancha la pana



Pregúntale a mami a qué temperatura se plancha la... lana



Que a qué temperatura se plancha el... el lino



Que cómo se plancha el hilo



Bosch presenta la primera plancha



con una función automática



para todo tipo de tejidos.



Bosch. Innovación para tu vida.

gráfica:

EXPO ZARA GOZA U.S.

**sensixx automatic.**  
La primera plancha con **función automática**, para planchar todo tipo de tejidos.

Nueva TDA 6165 sensixx automatic con función automática: una sola posición para todo tipo de tejidos. Se ajusta el vapor que emite y regula las prendas según la temperatura de planchado. Y al quemar o sobre templar, lo sube automáticamente la temperatura a la hora de planchar. Para ti, que eliges lo práctico por encima de todo, nueva sensixx automatic de Bosch. El planchado impacta, con el mínimo esfuerzo.

**BOSCH**  
Innovación para tu vida

www.bosch.es  
Teléfono de Atención al Cliente: 902 245 215

## los resultados:

En primer lugar, cabe destacar la capacidad de crear una nueva categoría: en un mercado estancado, las planchas automáticas han significado un impulso clave para revitalizar la categoría. Durante el periodo de campaña aumentaron los indicadores de notoriedad de la marca. Se consiguió aumentar el Top of Mind en un 10% y un 16% de notoriedad espontánea.

En 2007 la marca experimentó un espectacular crecimiento de ventas de planchas automáticas de este segmento de precio, en comparación a 2006. Se pasaron de 9.185 planchas vendidas en 2006 a 59.804 en 2007, lo que suponía un incremento del 650%. La plancha automática se convierte en el tercer modelo más vendido tras el periodo de campaña, con un sobreprecio de un 70% más cara que la primera plancha más vendida.

Se produce un importante incremento de la cuota de mercado de Bosch en planchado, especialmente alto si lo analizamos en valor. Las ventas de la plancha automática Bosch han hecho crecer a Bosch, y al mercado de planchas en general, en los segmentos de más valor.



[www.es.ddb.com](http://www.es.ddb.com)

Madrid

López de Hoyos 145 28002 Madrid  
Teléfono 91 456 44 00 Fax 91 456 44 11

Barcelona

Enric Granados 86-88 08008 Barcelona  
Teléfono 93 228 34 00 Fax 93 228 35 00