



MAGISTRAL[®]ULTRA



01. CONTEXTO



2023

Pierde liderazgo de la categoría (P&G decide desinvertir en la marca) a pesar que seguía siendo la marca #1 en el TOM

2024



2024

OBJETIVO: RECUPERAR
EL LIDERAZGO



2024



Asegurar surtido óptimo de productos



Asegurar el abastecimiento



Comunicar después de 2 años de la marca



Mantener un posicionamiento de precio ideal



NECESITÁBAMOS UN
CLAIM DE
RENDIMIENTO FUERTE
Y CON SUSTENTO



=



EL



INTI

CERTIFICÓ QUE:

MAGISTRAL[®] ULTRA

**RINDE HASTA
3 VECES
MÁS**

**QUE OTROS DETERGENTES
CONCENTRADOS.***

*BASADO EN PRUEBAS DE RENDIMIENTO





02. RESULTADOS

CONSOLIDAMOS EL LIDERAZGO DE IMAGEN
MARCARIA
AMPLIANDO DIFERENCIA VS LA COMPETENCIA
RECUPERAMOS LIDERAZGO DEL MERCADO

¿POR QUÉ ESTE CASO ES INNOVADOR?



Disrupción Narrativa (El insight del "Autoconvencimiento"): Rompe drásticamente con los clichés visuales de la categoría de cuidado del hogar. La innovación conceptual está en visibilizar el viaje mental del consumidor en el punto de venta a través de una narrativa publicitaria humorística: un juicio imaginario donde el shopper es su propio abogado defensor y el veredicto es la compra racionalizada y eficiente.



¿POR QUÉ EL CASO ES GANADOR?



Efectividad Comercial: cumple con el estándar más exigente de los SMARTIES: dar vuelta el mercado. El caso no solo blindó el Top of Mind (TOM) e incrementó el equity frente a la competencia, sino que alcanzó el hito comercial más agresivo del año: recuperar el liderazgo de la categoría en volumen y valor.

¿POR QUÉ INSCRIBIRSE EN SMARTIES?



Reputación global: Los SMARTIES de MMA representan el estándar de oro en efectividad e innovación para el marketing moderno. Participar y ganar valida el trabajo de la marca y de sus agencias asociadas ante los ojos de la industria a nivel regional.

Además, cada metal obtenido suma puntos para rankings globales