GUCCI | ESPAÑA

ACTIVACIÓN DE BRANDING

MARCA	GUCCI
ENTORNO	Mobiliario Urbano / Lonas Gran Formato
PERIODO	01/04/2024 – 30/04/2024

OBJETIVO CAMPAÑA

Branding

RESULTADOS

42% **Ad Recall**
Recuerdan haber visto publicidad de la marca Gucci

63% **Ad Standout**
De los encuestados consideraron que el anuncio destaca entre los demás anuncios de lujo

61% **Brand Appeal**
de los encuestados encontraron que su anuncio es más atractivo que los otros anuncios de lujo

48% **Brand Connection**
+16 pts vs media, opina que Gucci es "una marca realmente apreciada"

54% **Brand Consideration**
+9 pts en la intención de compra de los que recordaron la campaña vs media

27% **Call To Action**
De los encuestados afirman que es muy probable que visiten una tienda Gucci para comprar un producto de la marca

Fuente: Attest