

OREO | SINGAPUR

ACTIVACIÓN DE BRANDING



MARCA Oreo Red Velvet

ENTORNO Mobiliario Urbano | Singapur

PERIODO 2 semanas

OBJETIVO CAMPAÑA

Impulsar el Brand awareness y la intención de compra del sabor limitado Red Velvet de Oreo durante el año nuevo chino.

RESULTADOS

+5%

Purchase Intent

En comparación con otros competidores de la categoría

+6%

Brand Perception

Considera que Oreo es el snack perfecto para el Año Nuevo Chino.

1/3

Conversión directa a compra

Compró Oreo Red Velvet tras ver en anuncio