

RALPH LAUREN | EE.UU

ACTIVACIÓN DE BRANDING



MARCA

Ralph Lauren

ENTORNO

Mobiliario Urbano | Nueva York y Chicago

PERIODO

Invierno 2019

OBJETIVO CAMPAÑA

Refuerzo de imagen durante bla temporada navideña

RESULTADOS

+19%

Brand Recall

+10%

Familiarity with the Brand

+81%

Brand Consideration

Consideran a Ralph Lauren como opción

+4%

Purchase Intent

Incrementaron su intención de compra de la marca

+182%

Brand Awareness

Incremento en el reconocimiento espontáneo de la marca

71%

Ad Perception

Tuvo una percepción positiva de la campaña