

VOLKSWAGEN | ESPAÑA

ACTIVACIÓN DE NAMING

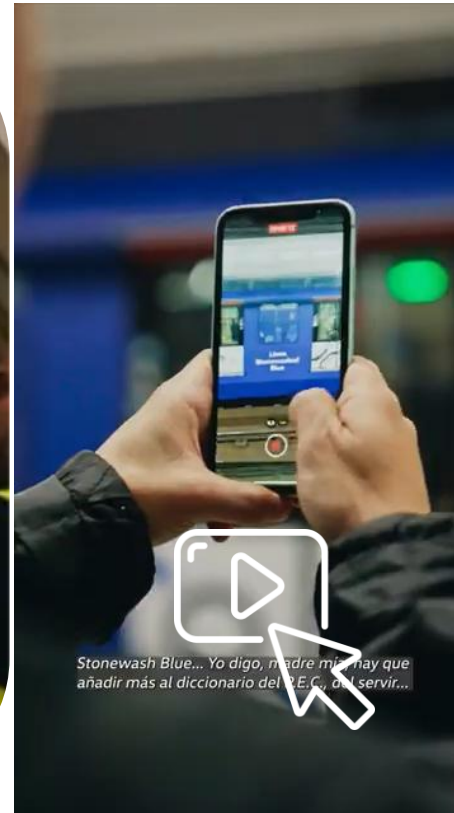


ENTORNO

Metro de Madrid

PERIODO

Abril, 2024



OBJETIVO CAMPAÑA

Reforzar el *branding* de Volkswagen con una campaña que combinaba Exterior, Digital y Radio. El eje central de la acción era el cambio de nombre de la línea 10 del Metro de Madrid por *Stonewashed Blue*, uno de los colores a elegir para los vehículos de Volkswagen. El nuevo nombre de la línea resultó tan impronunciable que llamó poderosamente la atención de los pasajeros del Metro, quienes manifestaron su curiosidad a través de las redes sociales

RESULTADOS



Social Conversion Increase

+Aumento del diálogo social en redes, especialmente en X.