

Santander

Santander, uno de los bancos más importantes del mundo y con presencia en México durante ya más de dos décadas, tiene como una de sus prioridades ganarse la confianza de sus clientes a través de su incondicional apoyo a las causas y eventos que más les apasionan como el Gran Premio de México de la Fórmula 1.

Santander buscaba la forma de estrechar lazos con los fans de la F1 de una manera única e innovadora, y que al mismo tiempo, le diferenciara de los demás patrocinadores del máximo evento automovilístico del país.

Durante la duración de los concursos Tweet and Win, Santander fue capaz de ganarse la empatía de los aficionados de la F1 y así crecer su comunidad al triple de velocidad con la que lo hace normalmente. Además terminó de reafirmar su lugar como uno de los principales promotores del Gran Premio de México.



EL ÉXITO BASADO EN NÚMEROS

A través de Tweet and Win de KarmaEngage, Santander pudo conectar con casi 4,000 apasionados del deporte motor en México y posicionarse como la marca con más penetración en toda la conversación digital sobre el GP de México 2017, alcanzando un promedio de 13.22 interacciones por minuto.

CONECTÓ CON

4,000

apasionados

LOGRANDO ASÍ

13.22

interacciones por minuto