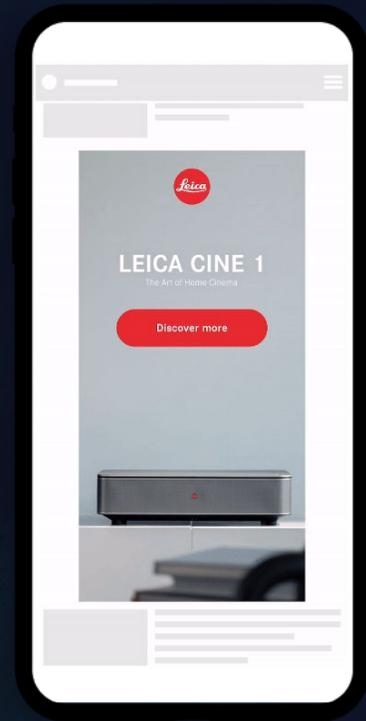


Leica

## CASO DE ÉXITO

# Las experiencias personalizadas de Brand Studio y Onyx cautivan las audiencias para el nuevo Home Cinema de Leica.



## Introducción

“Desafiamos a Brand Studio a convertir la experiencia del cine en casa en un formato digital perfecto para dispositivos móviles. El diseño cumplió con creces, llevando CINE 1 a los usuarios de Onyx y obteniendo excelentes resultados en los entornos de alta atención y calidad de la plataforma.”

– Tim Hübler, Director of Paid Media, Muhlert Digital

## Resultados

**+65%**  
de atención vs.  
standard display

**550K**  
interacciones con el  
formato

**6.38%**  
de tasa de engagement

**1.5x**  
de aumento en la  
preferencia de marca  
después de la  
exposición

## Contexto

Leica, reconocida por sus cámaras icónicas, ofrece soluciones innovadoras caracterizadas por una calidad indiscutible. Este compromiso con la excelencia ha generado una base de clientes fieles en todo el mundo. Con la llegada del CINE 1, su primer televisor láser de *home cinema*, Leica continúa conmoviendo a través de sus imágenes.

La marca se propuso reinventar el mundo del sistema de entretenimiento “todo en uno” con creativities que capturarán la esencia y el arte del cine en casa. La dimensión creativa de la campaña tenía como objetivo llevar esta experiencia innovadora y auténtica a las pantallas de los dispositivos móviles.

## Solución

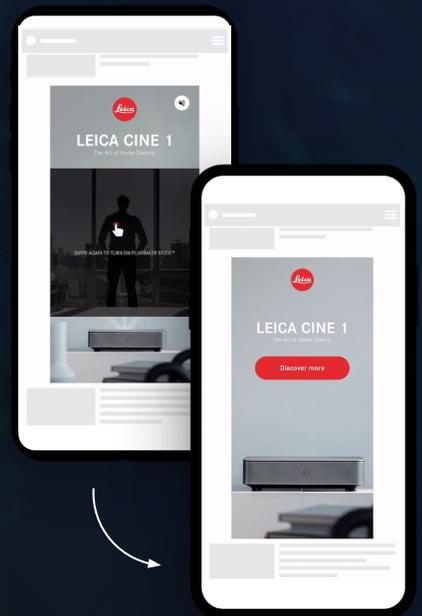
Leica colaboró con Brand Studio para diseñar experiencias personalizadas que fusionaran el storytelling de video con una narrativa centrada en el producto. Con acceso completo a las creatividades originales de la campaña, el diseño de Brand Studio añadió capas de animaciones dedicadas al engagement para capturar y mantener la atención del público. Al permitir que el usuario fuese descubriendo a su ritmo las características del producto y el storytelling en video, los cuatro formatos rich media únicos lograron una tasa de finalización del 50% del video, con una alta permanencia en la página y una tasa multi-touch elevada.

Distribuidos en los entornos de alta atención de Onyx, los resultados mostraron que los usuarios de la open web quedaron cautivados por una experiencia de producto con la que podían interactuar e imaginar en su propio hogar.

## ADALYTICS

Llevamos a cabo un estudio en colaboración con Lumen para verificar el impacto y el incremento de la campaña de Leica con Onyx.

- **Brand Lift:**  
7 de cada 10 usuarios sintieron que el formato interactivo les mostró algo nuevo, mientras que la exposición también generó una percepción positiva de Leica, considerándola como una marca de calidad e innovadora.
- **Enfoque en la interacción:**  
El formato interactivo capturó la atención de los usuarios un 54% más de tiempo en comparación con el anuncio estático, superando los benchmarks de Lumen para la atención activa en comparación con todos los demás canales de display y social.
- **Diseñado para el impacto:**  
Más del 38% de los usuarios dijeron que preferían la experiencia interactiva que combinaba elementos visuales atractivos y assets de video en comparación con el anuncio estático. Los encuestados tenían 1.5 veces más probabilidades de elegir Leica después de la exposición, y que un 33% eran más propensos a decir que comprarían CINE 1.



## Testimonio

“ Los objetivos de esta campaña eran generar awareness y atención verificada en nuestro nuevo producto. Más allá de las tasas de engagement, los entornos de alta atención y el tráfico de calidad proporcionado por la propia campaña, nuestro trabajo con Onyx y el equipo de Brand Studio demostró el impacto creativo y el fortalecimiento de la marca Leica.”

– Tatiana Zhemaytis, Online Marketing Manager, Leica