

Caso de Estudio BullMetrix

Rappi
Restaurantes

RESULTADOS OBTENIDOS
Julio - Diciembre 2023

Una alianza exitosa:

Desde julio de 2022 hasta la fecha, el servicio de **Creative Studio** asumió la responsabilidad de **crear una identidad visual** para el cliente desde cero. Desde entonces, se trabajó continuamente para **potenciar esta identidad**, y así lograr garantizar en el tiempo, su coherencia y buen rendimiento.

Estrategia enfocada en:

- Asesorías Creativas
- Generación de contenido
- Conclusiones basadas en análisis de métricas

Brand Guidelines*:

Es un proyecto que consiste en un análisis de diseño, comunicación y de principales competidores, para crear una identidad visual definida siguiendo el lineamiento del manual de la marca.

CREATIVOS DESTACADOS en el tiempo

JULIO

CTR: 0,33%
66 ZL



Las campañas se empezaron a orientar a públicos más específicos y se unificaron audiencias, lo que hizo que estas dos piezas se posicionaran en el **TOP 3** de creativos de LATAM entre julio y noviembre.

CTR: 1,0%
6 ZL



Rappi Brasil presentó su propio manual de marca y se adaptaron las piezas de ese país a esa nueva estética.

NOVIEMBRE

CTR: 0,38%
3 ZL



Se diseñaron estas piezas para acompañar la estrategia comercial de llevar al frente una nueva promoción, lo que trajo como resultado, un buen impacto en la audiencia, posicionándolas así en el **top de creativos**.

CTR: 0,40%
29 ZL



Proyecto Brand Guidelines*, para diferenciar Rappi B2B de B2C, y alinear la estética de LATAM a la de Brasil.

ANÁLISIS DE DATA

>70%

Las **piezas estáticas** de todas las campañas representan más del **70% de los Zoho Leads** totales obtenidos.

>0,75%

Los **videos** son los que mayor visualización, impresiones y clicks traen, **elevando así el CTR total por campaña, por encima de 0,75%**.

Tras analizar el rendimiento de las piezas que sobresalieron, se pudieron extraer algunas conclusiones sobre la **comunicación y estética**:

- Los **mensajes breves, concisos y atractivos** que se enfocan en las **ventajas, beneficios y oportunidades** de registrarse en Rappi Restaurants son los que traen una mayor cantidad de registros.
- La utilización de **colores llamativos y resaltados en neón**, especialmente en elementos como los botones, desempeñan un papel crucial para captar la atención.
- Los creativos que contienen **full foto oscurecida y el texto superpuesto** son los que demuestran un **CTR mayor**.

Conclusión

El equipo de Creative Studio mes a mes va analizando las distintas métricas, lo que permite tomar **decisiones estéticas basadas en información**, para generar así, **diseños que conviertan**. Cada 2 meses, se trabaja en un Key Visual nuevo para la propuesta de creativos de branding, tráfico y promoción, ya que se evidencia un **impacto positivo en términos de CTR** cuando esto se lleva a cabo.



Delfina Borda

Creative Studio Manager - BullMetrix

"Trabajar con Rappi Restaurants y poder desarrollar la identidad visual de la marca, diferenciándola del B2C es uno de los desafíos más interesantes que tiene el equipo. La colaboración con Rappi nos da ownership de la marca y nos potencia a seguir explorando constantemente para obtener mejores resultados".