

Adevinta

Case study

Campaña *Swedish Job*: Coches.net
recorre la historia de Volvo marcada
por la seguridad y la tecnología



Volvo tiene una larga historia de innovaciones en seguridad vial y tecnología en la conducción que lo han convertido en un **referente** en esta materia en el **mundo automovilístico**.

Por ello, Coches.net creó una serie de **vídeos de entretenimiento y divulgación** recorriendo el país escandinavo con el Volvo XC60 Recharged T8, uno de los buques insignia de la marca. Así se hizo la campaña *Swedish Job*.

1

Volvo y Coches.net se unen en una campaña de *Branded Content*

2

¿Cómo se articuló la campaña?

3

Un éxito que conecta con la audiencia

4

Testimoniales

1 Volvo y Coches.net se unen en una campaña de *branded content*

El modelo **XC60 Recharged T8**, perteneciente a la categoría **SUV lujo de Volvo**, fue el eje central de una campaña de *video content* que unió a Volvo y Coches.net en las carreteras de Suecia y que recibió el nombre de **Swedish Job**.

A través de cinco capítulos semanales distribuidos entre noviembre y diciembre de 2023, Volvo, referente en seguridad vial, y Coches.net, portal líder en el sector en España, dieron a conocer la contribución de la marca al mundo de la automoción en términos de I+D, pasando por su desarrollo en materia de seguridad vial hasta sus innovaciones tecnológicas más recientes.



Asimismo, a través de estos capítulos, el equipo editorial de Coches.net no solo puso a prueba este modelo, sino que también descubrió a su audiencia cómo de arraigada está la marca Volvo a Suecia, así como las costumbres, gastronomía e historia del país escandinavo. Una acción que **se construyó desde dos medios:**



Canal de YouTube
de Coches.net



Redes sociales (Instagram,
TikTok & Shorts)



2 ¿Cómo se articuló la campaña?

Con la idea creativa definida, el equipo de Volvo y Coches.net elaboraron un **plan de medios** para que la campaña se desarrollase a través del canal de YouTube de Coches.net y de soportes *social media* (Instagram, TikTok y Shorts).

Para poder divulgar mejor la esencia de Volvo y su vinculación con Suecia más allá de ser su país de origen, durante los diferentes capítulos de la campaña *Swedish Job* se **mostraron otros coches y elementos emblemáticos de la marca.**



Todo ello, desde una u otra perspectiva, ayudaba a mostrar la **evolución tecnológica de la marca en términos de seguridad:**

Volvo XC60
Recharge

Vehículo utilizado, con la consiguiente review, en la toma de contacto en el país escandinavo: su cultura, sus paisajes y su gastronomía

Museo Volvo de
Gotemburgo

Su historia, sus modelos y sus contribuciones en términos de seguridad vial

Volvo 850 T-5R

Un modelo exclusivo, de coleccionista, con solo 7.000 unidades a nivel mundial

Volvo 1800E

Roger Moore se puso al volante de este vehículo en la serie El Santo en la década de 1960, gracias a lo cual se convirtió en un gran éxito más allá de las fronteras de Suecia

Volvo 940
Tuning

Un modelo muy conocido que se centra en las adaptaciones de un particular sobre uno de estos coches



3 Un éxito que conecta con la audiencia

El **formato divulgativo** y tan centrado en lo cultural (la identidad y los paisajes de Suecia) ha permitido a Coches.net llevar la historia de seguridad automovilística de Volvo a una audiencia que llega más allá de los usuarios vinculados al ámbito del motor.



Muestra de ello son los **kpi de la campaña**, que reflejan la buena acogida de la campaña entre la audiencia:



Más de 72k horas completas visualizadas



Más de 335k visualizaciones en seis semanas

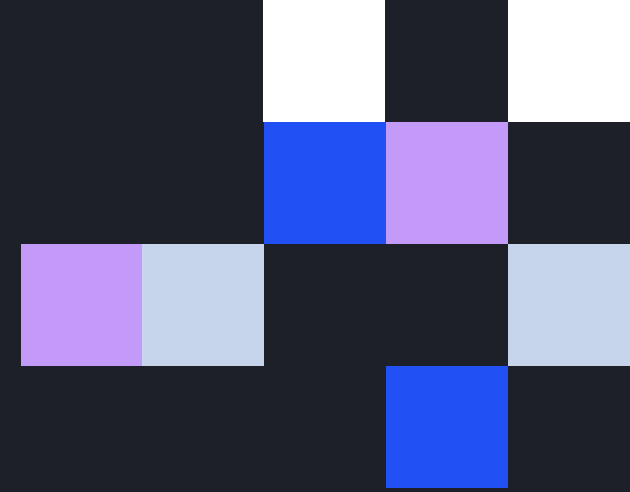


VTR del 19 %, con una duración total del primer vídeo de casi una hora



Tiempo medio de visualización en connected TV superior a los 20:25

4 Testimoniales



En Volvo no solo buscamos dar visibilidad a nuestros coches, sino también ofrecer contenido de valor a los consumidores y entretener. Por eso, esta campaña es la combinación perfecta de un soporte que entiende las necesidades de la marca y sabe cómo conectar con su audiencia, consiguiendo así unos datos de Engagement espectaculares.

Sara Esteban

Marketing Operations | Spain

Adevinta

Changing commerce *together.*