

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Carrera: PUBLICIDAD

Tipo de Trabajo: ESTUDIO DE CASO

Tema: CAMPAÑA PEUGEOT 308

Alumno: MANUEL J. BENEGAS LYNCH

Director de Carrera: DANIEL GUTIERREZ

Fecha: JULIO 2014

Correo Electrónico: manubenegas@gmail.com

Índice	Página
• Historia de la marca Peugeot en Argentina	5
- Los primeros automóviles Peugeot	6
- Se instala Automóviles Peugeot	11
- La calidad que no se discute	14
- Importantes cambios societarios	16
- El Período Peugeot Argentina S.A.	18
• Contexto Histórico de la marca Peugeot	19
- La era de los pioneros Siglo XIX - 1904	19
- La era de la velocidad	22
- La era de la modernidad	24
- La era de las restricciones	26
- La era del progreso	28
• Breve reseña internacional de la marca hasta hoy	33
- Cómo se conformó Peugeot a lo largo de su historia	34
• El Peugeot 308	37
- Diseño interior	41
- Tecnología al servicio del confort	42
- Seguridad	43



- Comportamiento Dinámico	44
- Motor y transmisión	45
- Colores y tapizados	46
- La Gama	46
- Precio y garantía	46
- Movilidad Peugeot	49
• El Brief de la campaña	50
- Público objetivo	52
- Estrategia Digital	53
- ¿Ser o no ser sociales?	54
• Concepto e Idea de la campaña	54
- Embajadores de la marca Peugeot	56
- Concurso integrado a la campaña	58
- Sitio de la campaña	58
- Estrategia en Social Media	59
- ¿Qué es un Youtube Takeover?	60
• Reporte Final de la Campaña	61



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

- Participantes	61
- Páginas: vistas generales	61
- Observaciones sobre los participantes	62
- Visitantes	62
- Frecuencia	63
- Fuentes de tráfico	63
- Fuentes de tráfico detalladas	63
- Fuentes de tráfico al sitio	64
- Las principales páginas vistas	64
- Campaña de medios	65
- Fuentes de tráfico para la campaña de medios	65
• Hitos de la Campaña	66
- Campaña In stream Youtube	67
- Visualizaciones vs clicks por mes	68
- Aprendizajes Estratégico-Creativos	68
• Conclusión	70
• Bibliografía	72
• Anexos I y II	72

Historia de la marca Peugeot en la Argentina

La automotriz francesa Peugeot posee una presencia de amplia trayectoria en nuestro país. Como sucedió en Francia, antes de ser conocida por sus autos lo fue por sus herramientas y utensilios hogareños de altísima calidad, que llegaron al país en la segunda mitad del siglo XIX traídas por el joven comerciante Marcel Recht. Las primeras herramientas producidas por Peugeot de que se tengan noticias fueron las sierras La Comete (1880) y las herramientas forjadas L'Elephant que gozaron de gran prestigio entre los artesanos e incluso en el campo.

El primer representante de la marca en la Argentina fue la casa Recht y Lehmann de la calle Maipú 72 de Buenos Aires, con sucursal en Rosario en la calle Urquiza 1100, y que dedicaba su operación fundamental a la importación de herramientas y bicicletas producidas por Peugeot Frères en su fábrica de Vealantigny. Recht y Lehmann fue una de las primeras empresas que estuvo firmemente vinculada con el desarrollo del automóvil en la Argentina. Primero trajo al país un triciclo Peugeot impulsado por un motor De Dion (1899) y al año siguiente uno similar con motor producido por la propia fábrica. Recht y Lehmann no sólo fueron precursores en la importación de bicicletas y de los primeros triciclos motorizados que circularon por Buenos Aires, sino también de las motocicletas Peugeot en 1904 que estaban equipadas con un motor de 1,5 CV que podía alcanzar hasta 40 Kms/h y llegando a traer en 1905 una motocicleta equipada con motor de 12 CV. Los dueños de la firma pionera de la marca en la Argentina fueron también grandes mecenas del deporte y patrocinaron carreras

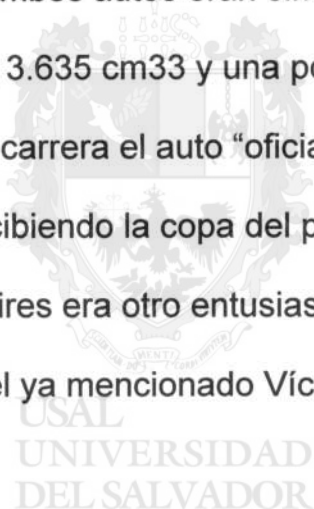
de bicicletas en los últimos años del siglo XIX, y de motocicletas a partir de 1905 auspiciando su propio equipo, uno de cuyos ases era el francés Edumndo Bois.

Don Roberto Lehmann fue impulsor y mentor de la marca. Además dicho personaje se destacó por ser pionero del ciclismo en el país. Pero por aquellos años otro hombre de las motos y de los autos había logrado una representación parcial de Peugeot en el país. Este hombre era el ciclista, motociclista y luego automovilista francés, Víctor Laborde quien, llegado de un viaje a su patria en 1905, trajo un nombramiento oficial para representar a las marcas Peugeot, Gladiator, Hotchkiss y Darracq. Es muy posible que Laborde haya compartido la representación con Recht y Lehmann, aunque lo cierto es que en los avisos publicitarios de la época Laborde nunca figuró como representante Peugeot.

Los primeros automóviles Peugeot

El vínculo entre el automóvil y la casa Recht y Lehmann surge en 1904 cuando llegan al puerto de Buenos Aires cuatro de los 149 ejemplares del modelo 57 producidos por Peugeot en ese año. Se trataba de una "voiturette" de un solo asiento transversal para dos personas con motor de un cilindro del tipo "L" de 652 cme (94 x 94 mm) y una potencia de apenas 5 CV, que le permitía una velocidad máxima de 40 Kms/h. Existen en la Argentina tres ejemplares, uno de los cuales se conserva en perfecto estado en el Museo del Automóvil Club Argentino, y que fuera propiedad de la familia Escasany.

Las importaciones de los autos Peugeot por cuenta y orden de Recht y Lehmann continúa con algunos otros modelos como los tipos 78 (2 cilindros y 10 CV) y 81 (4 cilindros y 12 CV). El primer Peugeot que pisó tierra sudamericana lo hizo en Brasil en 1891 y fue importado por el célebre aviador Alberto Santos Dumont que, sin embargo, nunca llegó a manejarlo ya que lo utilizaba uno de sus siete hermanos de nombre Henrique. En 1906, en ocasión de la primera carrera de ruta disputada en la Argentina, la famosa Recoleta-Tigre, se inscriben dos automóviles de la marca, uno con Marcel Pichot como conductor, y otro inscripto por la casa Recht y Lehmann. Ambos autos eran similares, tratándose de modelos Type 72 de 4 cilindros, 3.635 cm³ y una potencia de 18 CV producidos en la fábrica de Lile. En aquella carrera el auto "oficial" de Recht y Lehmann se clasificó en el cuarto puesto, recibiendo la copa del periódico L'Auto de París, cuyo corresponsal en Buenos Aires era otro entusiasta del automovilismo y vinculado a la marca Peugeot, el ya mencionado Víctor Laborde.



La "media limousina" de Dartiguelongue

Hoy en día, es habitual identificar el término "automovilismo" con la práctica deportiva que involucra el uso de vehículos, pero en aquellos primeros años del siglo XX, el uso de los mismos se limitaba a la necesidad de dirigirse de un lugar a otro casi de manera exclusiva. Sin embargo, la marca Peugeot estuvo involucrada desde siempre con ambos conceptos. Tal es así que un Peugeot 6 CV de un cilindro volvió a aparecer en las noticias en 1908 participando del Circuito de Buenos Aires con la conducción de Benjamín Belcaguy, uno de los grandes "sportmen" de la época y entre los cuales había otros conductores de la