

PepsiCo y Oxxo la rompen en Monterrey

La colaboración entre Oxxo y PepsiCo en Monterrey llevó a cabo una innovadora campaña de marketing experiencial que transformó tres de sus tiendas en espacios inmersivos, cada uno dedicado a una marca destacada de PepsiCo. Estas activaciones fueron diseñadas para brindar a los consumidores experiencias sensoriales y visuales únicas, destacando la autenticidad y esencia de cada producto.

Tres conceptos

La tienda de Sabritas en Oxxo Terranova, lanzada el 12 de septiembre, invitó a los visitantes a disfrutar de combinaciones de sabores a través de food pairing con sándwiches exclusivos, generando un ambiente interactivo que incluía música y dinámicas para fotos. Esta propuesta fue pensada para incentivar a los consumidores a probar combinaciones nuevas de manera lúdica.



Por otro lado, la tienda de Chocotella, que abrió el 17 de septiembre en la sucursal Oxxo Miravalle, sumergió a los clientes en un ambiente cálido que evocaba los sabores y aromas del chocolate y la avellana.

Los visitantes pudieron explorar la variedad de productos de la marca y aprovechar zonas de fotografías temáticas, haciendo de su visita una experiencia que despertaba los sentidos.



La Haya vs el cambio climático: no más publicidad

Finalmente, la tienda Switch Confusion en Oxxo Sagitario ofreció una experiencia disruptiva de “confusión de sabores”, al mezclar productos de Sabritas en combinaciones inesperadas que incentivaban a los consumidores a descubrir nuevas posibilidades y sensaciones.



¿Qué busca PepsiCo?

Este enfoque de PepsiCo busca reforzar su relación con el consumidor a través de la innovación y la experiencia directa, llevando las marcas a una nueva dimensión donde no solo se compran productos, sino que se crean recuerdos significativos. La apuesta por tiendas temáticas muestra cómo el marketing experiencial es una estrategia

efectiva para conectar emocionalmente, dado que este tipo de activaciones permiten a las marcas destacar en un mercado saturado y adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores, quienes valoran cada vez más la interacción y la autenticidad en sus decisiones de compra.

¿Te imaginas alguna temática que pudieran adoptar nuestras tiendas? Sin duda sería todo un reto para Grupo dportenis introducir el marketing experiencial de esta forma pero una forma de conectar con nuestros clientes de forma dinámica y diferente.

Fuentes:

PepsiCo se une a OXXO para llevar a Monterrey tres nuevas tiendas tematizadas de su icónico portafolio - UNIVERSIWEB. (s. f.). UNIVERSIWEB. <https://www.universiweb.com.mx/?p=30860>

Activaciones inmersivas en Monterrey: una nueva forma de conectar con los consumidores. (2024, 17 octubre). Revista NEO | Líderes del Marketing y Publicidad. <https://noticiasneo.com/index.php/articles/2024/10/17/activaciones-inmersivas-en-monterrey-una-nueva-forma-de-conectar-con-los>

Vázquez, B. (2024, 21 octubre). Así son los nuevos OXXO en Monterrey. La Silla Rota. <https://lasillarota.com/estados/2024/10/21/asi-son-los-nuevos-oxxo-en-monterrey-506325.html>