Publicado en México el 15/03/2023

# [Tecate prueba la eficacia de la publicidad contextual de Seedtag](http://www.notasdeprensa.es)

## Tecate, la cerveza 100% mexicana de Heineken, ha comprobado los resultados efectivos de la publicidad contextual cookieless de Seedtag. Seedtag puso a disposición de Tecate su IA contextual, LIZ©, para identificar las audiencias clave, comprender las mejores formas de acercarse a ellas y obtener resultados tangibles. La campaña de Tecate logró, gracias a la publicidad contextual de Seedtag,  un incremento del reconocimiento de marca del 48%.

 La campaña "Guardián del Sabor" se centró en la promoción de los atributos "Calidad" y "Sabor" de Tecate, así como en posicionarla como la cerveza elegida para los momentos de celebración con amigos o seres queridos. Esto se llevó a cabo gracias a la capacidad de Seedtag de proporcionar un conocimiento profundo de los intereses de los consumidores y construir una estrategia contextual en torno a los datos. El servicio de Seedtag LAB consta de tres pilares perfectamente alineados con los valores de marca de Tecate: definición de la estrategia de contenidos mediante Inteligencia Contextual, diseño de creatividades contextuales, e identificación de tendencias. Gracias a  Seedtag, se desarrolló una estrategia de contenidos a medida basada en datos, la cual permitió integrar por completo los mensajes de Tecate en el contenido más atractivo para su audiencia sin usar cookies. Además, el equipo de Data de Seedtag se encargó de definir un territorio de contenido personalizado para cada uno de los valores asociados a la marca, basándose en su comprensión del "universo de contenidos". Los territorios identificados alineados con los valores de Tecate fueron "Calidad y Sabor" y "Unir a la Gente". En línea con esto, Seedtag produjo dos creatividades diferentes en las que el embajador de la marca, Bruce Wills, se encargaba del proceso de elaboración y distribución para garantizar la frescura, el sabor y la calidad de la cerveza. Por último, Heineken contó con el "Network Level Analysis (NLA)" de Seedtag, el cual permite identificar los momentos en los que la audiencia principal de Tecate mostró mayor interés por consumir un tipo de contenido concreto. La campaña consiguió situar a Tecate en el top of mind de su público objetivo al lograr un viewability del 62,02%. A su vez, la campaña logró un refuerzo general en la asociación de Tecate con sus principales atributos, especialmente con "calidad" (+34pp), "Guardián del Sabor" (+39pp) y "Para tomar con amigos" (+19pp). Los resultados del BLS tras el lanzamiento de la campaña de Tecate arrojaron un aumento positivo de la percepción de esta cerveza con un incremento del reconocimiento de marca del 48%. HEINEKEN: "Teníamos un reto por delante: posicionar a Tecate como la cerveza elegida para los momentos de celebración con amigos o seres queridos. Esto no era algo sencillo, pero gracias a las ventajas de la publicidad contextual de Seedtag, no solo hemos llegado a nuestro target de una forma diferente, sino que, a la vez, hemos obtenido grandes resultados en lo que se refiere a métricas de marca y a posicionamiento de los atributos de Tecate. Sin duda, la campaña ha sido un éxito". Martha Carlín, Country Manager México de Seedtag, afirma: "Estamos muy contentos de haber podido acompañar a Heineken en esta campaña. Esto demuestra que una estrategia contextual bien aplicada y desarrollada puede devolver resultados consistentes y relevantes para las marcas que confían en nuestras soluciones".

**Datos de contacto:**

Mariana

5528661669

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/tecate-prueba-la-eficacia-de-la-publicidad](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Ciudad de México Innovación Tecnológica



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)