



PREMIOS ACENTO

Categoría: Innovación en comunicación

Título de la campaña: La Jugada Perfecta

Marca: Rosetti

Alianzas: ESPN

Introducción

Rosetti Deportes necesitaba lanzar su sitio de e-commerce a nivel nacional, pero solo contaba con presencia de tiendas físicas consolidada en la provincia de Córdoba.

Smith desarrolló una innovación en el uso de medios que permitió concretar ese objetivo: posicionar el canal digital de la marca en todo el país, mediante una estrategia audaz, eficiente y con fuerte impacto marcario.

La propuesta fue tan simple como ambiciosa: conectar una marca regional con proyección nacional, a través de una acción especialmente diseñada para alcanzar sus objetivos con una pauta de bajo costo y alto rendimiento.

Una jugada perfecta. No solo por su efectividad, sino por su factibilidad de ejecución, su coherencia con el ADN deportivo de la marca y su capacidad de sostenerse en el tiempo con una inversión accesible.

¿El resultado? Visibilidad diaria en prime time, en uno de los canales más prestigiosos del deporte, con una pieza de contenido relevante, genuina y perfectamente alineada con los valores de Rosetti, lograda con una altísima relación costo-beneficio.

Objetivos

- Lanzar y posicionar el canal de e-commerce de Rosetti a nivel nacional, trascendiendo su base local en Córdoba.
- Construir reconocimiento de marca en nuevos territorios donde no existía presencia física, mediante una estrategia de medios offline con alto impacto.
- Diseñar un formato de comunicación sostenido en el tiempo, capaz de generar exposición constante, coherencia editorial y fuerte identificación con el universo deportivo.

Desafíos

- Presupuesto muy acotado para medios masivos de alcance nacional

Smith

- Necesidad de generar posicionamiento marcario en todo el país, a través de medios offline que potenciaran el canal online
- Ausencia de experiencia previa en campañas en medios tradicionales de escala nacional
- Exigencia de lograr una exposición inmediata, clara y comprensible sobre los atributos de la marca
- Inexistencia de un canal que ofreciera continuidad, visibilidad sostenida y coherencia editorial a bajo costo

El Proyecto

Si no existe, lo inventamos.

Ese fue el punto de partida de la estrategia desarrollada por Smith: crear un canal exclusivo e innovador, con alto impacto, que asociara a Rosetti con un espacio sólido, afín al universo deportivo, y con verdadero alcance nacional.

Luego de analizar los medios offline disponibles, se eligió la televisión por su capacidad de generar recordación marcaria y llegada masiva.

Entre las señales posibles, ESPN fue seleccionada por su penetración nacional sin fragmentaciones locales y por contar con atributos de marca que potenciaban el posicionamiento deseado por Rosetti.

Sin embargo, los espacios publicitarios tradicionales no se ajustaban al presupuesto disponible ni al objetivo de construir una narrativa marcaria desde el contenido. Por eso, se decidió innovar.

Se diseñó y desarrolló un espacio exclusivo para Rosetti, pensado para superar todos los desafíos planteados y cumplir con los objetivos de forma eficiente, relevante y sostenida en el tiempo.

Así nació la alianza con ESPN. Y dentro de ella, ***La Jugada Perfecta***: una pieza editorial inédita, integrada al noticiero *SportsCenter*.

La Jugada Perfecta presenta, cada día, una jugada destacada del mundo del deporte, vinculada a disciplinas representadas en el portafolio de productos de Rosetti.

No se trata de una pauta tradicional, sino de contenido editorial genuino, presentado por los propios conductores del programa con naturalidad, lo que genera empatía, recordación y afinidad con la audiencia.

Resultados

Principales variaciones en el comportamiento digital (comparativo semestral):

- **+27% en sesiones totales** (incremento general de tráfico en el sitio)
- **+21% en usuarios nuevos** (mayor llegada a nuevas audiencias, probablemente impulsada por la campaña)
- **+34% en tráfico directo** (refleja mayor recordación de marca y búsquedas manuales del sitio)
- **+29% en tráfico desde dispositivos móviles** (efecto habitual tras campañas en medios masivos como la TV)
- **+13% en duración promedio por sesión** (usuarios navegando más tiempo en el sitio)
- **-9% en tasa de rebote** (mejor engagement con los contenidos)
- **+15% en ventas online** (correlación directa con el aumento de tráfico y visibilidad de marca)

Conclusión

El comparativo semestral evidencia un crecimiento sostenido y claro en las métricas clave del sitio, con incrementos especialmente marcados en sesiones, tráfico directo y usuarios nuevos.

El impacto de la campaña en ESPN se refleja contundentemente en el comportamiento de los usuarios.

Resultados cualitativos

- Reconocimiento por parte de grandes marcas del ecosistema deportivo como Adidas, Puma y Nike, gracias al trabajo de comunicación y posicionamiento en un medio de alto prestigio
- Generación de una afinidad genuina con la audiencia, tanto por el tono como por la propuesta editorial



- Consolidación de un espacio propio dentro de un medio premium, con fuerte identificación entre los conductores, la señal y la marca

Estado actual

La campaña sigue activa y vigente, con más de dos años de continuidad diaria. *La Jugada Perfecta* se transformó en un activo estratégico consolidado dentro de SportsCenter, y en una de las herramientas más eficaces de Rosetti para sostener una estrategia nacional de posicionamiento y crecimiento del canal digital.

Anexos

[Link al anexo](#)