

La marca Dodge escenifica la “Intervención del Niño Interior” en la nueva campaña de marketing del Dodge Hornet R/T

- Dodge apela a ese niño que todo conductor lleva en su interior en una nueva campaña promocional sobre el Dodge Hornet R/T híbrido enchufable
- “Intervención del Niño Interior” (“Inner Child Intervention”) invita a los conductores a que se dejen llevar por esa voz dentro de su cabeza y aprovechen todo el poder que aporta el torque de su motor
- La campaña abarca canales de televisión, redes sociales y páginas de vídeo online
- El comercial de treinta segundos que da nombre a la campaña nacional se lanza hoy 2 de abril
- Entre las piezas de apoyo en redes diseñadas para educar con humor a los consumidores sobre los beneficios del torque figuran una serie de videos para TikTok e Instagram titulada “Torque para Novatos” (“Torque for Newbs”)

April 2, 2024, Auburn Hills, Mich. - La marca Dodge presenta su nueva campaña de marketing sobre el Dodge Hornet R/T híbrido enchufable, el primer crossover de la marca con espíritu de muscle car. En esta campaña, bautizada como “Intervención del Niño Interior”, el niño interior de un conductor, en un trayecto a los mandos de un Hornet R/T electrificado, tratará de conseguir que su yo adulto se dé cuenta de que los sueños de la infancia no se pueden comparar con el torque inmediato del Hornet y la emoción visceral que aporta.

“El Hornet RT destaca por encima de otros crossovers compactos por sus 383 lb-pie de torque que proporcionan a los conductores una aceleración instantánea y una experiencia de manejo cautivadora y desconocida en esta categoría”, aseguró Tim Kuniskis, CEO de Dodge. “Como primer vehículo electrificado de Dodge -al que, a lo largo de este año, se unirá nuestro primer modelo totalmente eléctrico a batería, el Dodge Charger Daytona- somos perfectamente conscientes de que, cuando se compara con la potencia, el torque suele resultar poco valorado. Para cambiar esa percepción hemos creado esta campaña”.

El Dodge Hornet se lanzó el año pasado con exclusivos elementos que permiten optimizar múltiples aspectos del vehículo, desde el tren motriz hasta la suspensión, pasando por el sistema de frenos y la dirección. La tracción total de serie con sistema de torque vectorial, junto con sistemas y componentes únicos en su segmento, como los frenos Brembo o la suspensión de frecuencia dinámica, ayudan a mejorar aún más la experiencia de conducción.

El comercial de 30 segundos que da título a esta campaña lleva a los espectadores al lateral de una calzada donde un hombre se encuentra cara a cara con un niño de aspecto familiar. Se trata de su niño interior, con el que inmediatamente sale a la carretera. El niño interior pisa a fondo el acelerador mientras le explica lo que realmente necesita en su vida y le recuerda que “los caballos de potencia te mantienen en marcha, pero lo que te hace avanzar es el torque”. Recurriendo a los momentos de emoción, característicos de los niños, el anuncio evoca la llegada de una oleada repentina de adrenalina que pone a los conductores al volante de este crossover de Dodge “sobrado de torque”.

El niño interior está especialmente obsesionado con el PowerShot del Hornet R/T. Esta función bajo demanda proporciona una “inyección” instantánea de aceleración lo que permite a los conductores sacar todo el jugo a su máxima potencia eléctrica y así alcanzar las 60 mph (100 km/h) en sólo 5.6 segundos.

La nueva campaña incluye el comercial de 30 segundos y piezas de apoyo adicionales en redes sociales creadas para mostrar a los consumidores los secretos del torque, incluyendo una serie de cuatro videos para TikTok e Instagram llamada “Torque para Novatos”. Esta serie, que debutará online en las próximas semanas, ha sido diseñada para educar con humor a los novatos, explicándoles terminología automotriz como “libra-pie” o detalles

como la manera en que el torque se relaciona con los caballos de potencia. En uno de los vídeos, el niño interior recuerda a su yo adulto aquella vez que, haciendo una resortera humana, disparó a su primo Max en un estacionamiento. “Eso es el torque”, explica el niño interior. “Sólo que, en vez de Max, nosotros soltamos las llantas”.

La campaña abarca diferentes canales de comunicación: televisión, redes sociales, vídeo en línea. Entre los emplazamientos de los comerciales figuran las retransmisiones de las eliminatorias de baloncesto universitario.

“Inner Child Intervention” marca una nueva etapa en los esfuerzos promocionales de la marca Dodge para su primer crossover, el Hornet. La campaña de marketing ha sido creada por Dodge en colaboración con GSD&M.

El configurador de versiones y precios, tanto para el Hornet R/T como para el Hornet G/T, ya está disponible en www.dodge.com

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>