

Presentación de caso Premios Eikon 2023:

Premios Uber Eats 2022, Uber Eats Chile

Categorías a postular:

Categoría 19: Relaciones con los consumidores

Departamento:

Comunicaciones Uber Chile
Departamento PR Urban Grupo de Comunicación.

Responsables del plan de comunicación:

Verónica Jadue, Gerente de Comunicaciones Uber Chile.
Camila Bustamante, Directora SR PR Urban Grupo de Comunicación.
Loreto Palominos, Directora PR Urban Grupo de Comunicación.
Giannina Trevigno, Ejecutiva SR PR Urban Grupo de Comunicación.

Descripción:

Premios Uber Eats 2022, entregando excelencia. Una celebración y reconocimiento al increíble trabajo y esfuerzo de los restaurantes asociados a la plataforma, que siempre han ido un paso más allá para innovar y ofrecer diversas opciones a sus clientes, mientras generan más oportunidades económicas.

Introducción

Uber es una empresa de tecnología. Usando su aplicación, los usuarios que necesitan moverse, consiguen fácilmente encontrar socios conductores que ofrecen este servicio. Es una opción innovadora, segura y cómoda para moverse por la ciudad.

Presente en más de 310 ciudades alrededor del mundo, Uber llegó a Chile a inicios de 2014, y Santiago se convirtió en la 3° ciudad de Latinoamérica en ofrecer esta alternativa. En 2017, Uber Eats se incorporó a la plataforma a nivel local, ofreciendo servicios de delivery en Santiago. Hoy está disponible en 13 regiones y 22 ciudades del país, con más de 9.000 restaurantes y comercios asociados, de los que el 60% son pequeñas y medianas empresas.

Los restaurantes son el corazón de Uber Eats y uno de sus principales clientes. Y en un contexto complejo, como lo fue la pandemia y reactivación, apoyaron a las comunidades y ayudaron a millones de usuarios a obtener su comida favorita directamente en sus hogares. Uber Eats quiso celebrar y reconocer el increíble trabajo y esfuerzo de los restaurantes asociados a la plataforma, que han ido siempre un paso más allá para innovar y ofrecer diversas opciones a sus clientes, mientras generan más oportunidades económicas.

Así nacen los Premios Uber Eats, una ceremonia para premiar a los restaurantes y también para darle a la comunidad de usuarios la oportunidad de reconocer a las personas que están detrás de la comida que disfrutan cada semana:

- Chile fue el segundo país del mundo en celebrar estos Premios y el galardón escogido fue “El sartén de Oro”.
- Los ganadores también se llevaron diferentes premios enfocados en incrementar la demanda de los restaurantes en la plataforma, a través de inversión en tecnología, marketing, promociones y otras iniciativas.
- Se consideraron 24 categorías, desde Restaurante del año a Favorito de los usuarios y los Platos más Populares.
- Cinco categorías fueron premiadas de acuerdo a la información recopilada a través de la aplicación.
- 14 categorías se determinaron por los usuarios, quienes votaron por sus favoritos en la página web del evento.
- Una categoría fue determinada por las preferencias de los socios repartidores y una por un jurado de influenciadores foodies expertos.
- Tres categorías fueron definidas por una deliberación del Equipo de Liderazgo de Uber Eats de Latinoamérica.
- Entre las categorías se hizo un reconocimiento especial a restaurantes de regiones, destacando lo mejor de la zona norte, centro y sur del país.
- Considerando la brecha de género en la industria, se hizo un reconocimiento especial a través de la categoría Restaurantera del Año, donde se destacó el rol de mujeres líderes y su aporte a la economía local.
- Debido al contexto regulatorio local, donde en 2024 entrará en vigencia la ley que prohíbe el uso de plásticos en el delivery; y el compromiso de Uber Eats en esta materia, también se consideró una categoría para premiar a los restaurantes con prácticas sobresalientes en materia de sustentabilidad, que además de contribuir con el medio ambiente, aporten a toda la industria gastronómica.

Como parte de este proceso, también se buscó contribuir a dar visibilidad a las mejores prácticas, para ayudar a cada restaurante de Uber Eats a crecer a través del poder de la tecnología.

II. Propuesta estratégica

Objetivo: Aumentar el compromiso y la lealtad de uno de los principales clientes de Uber Eats, los restaurantes asociados a la plataforma, mientras se incrementa su visibilidad.

- **Celebrar la excelencia dentro de la comunidad de socios de Uber Eats.** Mostrar socios de restaurantes exitosos y las mejores prácticas que aplican para optimizar sus operaciones en el delivery, incluido el intercambio de historias personales, estudios de casos comerciales, tácticas prácticas y herramientas que sus pares pueden aprovechar.
- **Posicionar a Uber Eats como un aliado de la industria restaurantera.** Resaltar el valor que aporta su tecnología para generar demanda para los socios, destacando casos de éxito en nuestro país y cómo las herramientas de la app han beneficiado la operación de los restaurantes.
- **Reconocer y mostrar gratitud a todos los socios.** Uber Eats solo puede tener éxito si sus socios locales lo tienen y estos premios lo reconocerán, elevando su visibilidad.

Timing

- Tres meses de diseño y producción de premios.
- Tres semanas de difusión de los premios, pre ceremonia de premiación.
- Un año de difusión de historias post evento (hasta la nueva versión de premios 2023)

Público

Industria de restaurantes asociados a la app y usuarios.

Mensajes

Paraguas comunicacional:

Gratitud y reconocimiento: Uber Eats quiere celebrar y reconocer el increíble trabajo y esfuerzo de los restaurantes asociados a nuestra plataforma, los cuales han ido siempre un paso más allá para innovar y ofrecer diversas opciones a sus clientes, mientras generan más oportunidades económicas.

Mensajes clave:

- **Aliados de la industria:** El éxito de Uber Eats está absolutamente ligado al éxito de los restaurantes y comercios locales. Uber Eats ha tenido una buena recepción en Chile porque precisamente, son los restaurantes quienes preparan y cocinan la comida que los caracteriza para que nuestros usuarios la disfruten desde donde estén.
- **Tecnología para generar demanda:** Creemos en el poder de la tecnología para poner al mundo en movimiento y crear más oportunidades. Es por esto que, todos los días, Uber Eats invierte en tecnología que pueda ayudar a nuestros restaurantes asociados a tomar las mejores decisiones para sus negocios.
- **Innovación y selección:** Los restaurantes están constantemente innovando, no solo en su menú, sino en sus prácticas, para que los usuarios puedan encontrar una diversa selección de opciones en la palma de su mano.

Canales

- 1:1 con restaurantes asociados a la app a través de app, mail y contactos directos.
- Página web oficial de los premios.
- App Uber Eats
- Medios de comunicación y redes sociales.

III. Plan Táctico

Fase 0: Antes del evento (3 meses):

- Definición de categorías y nominados.
- Definición de premios por categoría y galardón.
- Elaboración de página web. Diseño de bases de votación para categorías premiadas según votación popular.
- Definición de ganadores en base a métricas de la app y equipo de Liderazgo de Latam.
- Diseño de evento de premiación.

- Elaboración de material de prensa.
- Recopilación de historias de restaurantes.
- Comunicación a restaurantes nominados.

Fase 1: Apertura de comunicación (3 semanas):

- Publicación de página web.
 - Distribución de comunicado de prensa anunciando premios.
 - Gestión de prensa con voceros de Uber Eats y restaurantes, promoviendo a nominados, categorías y votación popular.
- Pre producción:
- Grabación de mini documentales con historias inspiradoras de restaurantes.
 - Producción evento.
 - Envío de invitaciones a ceremonias de premiación.
 - Definición de ganadores.

Fase 2: Día “D” (un día)

- Ceremonia de premiación (15 de junio)
- Comunicado de prensa anunciando ganadores.
- Entrevista a ganadores.

Fase 3: Post evento (un año)

- Difusión de historias de restaurantes ganadores a través de gestión de prensa.
- Difusión de restaurantes durante un año a través de fechas clave.
- Encuentro de restaurantes ganadores con el Regional de Uber Eats para Latinoamérica.

Ajustes y dificultades:

Una de las principales dificultades estuvo en la etapa de diseño de los premios, donde Comunicaciones requirió una articulación amplia entre distintas áreas de Uber Eats: desde las personas a cargo de cada uno de los restaurantes, pasando por operaciones, marketing, agencias, entre otros. Además de la coordinación, el tiempo siempre fue un desafío. Si bien, la organización partió con tres meses de anticipación, el tamaño de la app dificultó la posibilidad de una gestión y definición rápida. Solo por dar un ejemplo, en ese momento Uber Eats ya contaba con 8.000 restaurantes asociados, por lo que la definición de los nominados tomó gran parte del periodo. A eso debemos sumarle el periodo de reporte de historias y la identificación de casos de éxito en todo el país. Para eso se requirió trabajar con cartas gantt muy ajustadas y estrictas, con tareas definidas por área.

IV. Resultado y Evaluación

El gran logro de esta iniciativa es que pudimos reunir a más de 100 restaurantes de distintos tamaños en torno a Uber Eats. En base a los comentarios de los pequeños dueños de restaurantes que asistieron a la ceremonia de premiación, podemos destacar que se sintieron valorados y tratados de igual forma que grandes cadenas. Ese trato igualitario, y la posibilidad de conocer a las personas que están detrás de la app, permitió generar un clima de cercanía y complicidad, que era lo que buscábamos.

Gracias a la iniciativa, se pudo generar un espacio de networking, donde los restauranteros compartieron experiencias positivas y de dificultades en sus negocios, lo que significó un gran aporte a la industria local.

También valoraron el reconocimiento. Si bien era la primera vez que se hacía una premiación de este tipo, este espacio les dio la oportunidad de visibilizar sus historias de emprendimiento y conectar con sus clientes de manera distinta, ya que ellos mismos fueron los que los

reconocieron votando en la página web oficial. A la vez, esto llevó a que los propios restaurantes difundieran los premios de manera orgánica.

Los resultados fueron positivos en todo ámbito, considerando que el éxito de la acción estaba asociado a la generación del espacio de networking en torno a Uber Eats.

- 28 notas de prensa relacionadas específicamente a los Premios Uber Eats y sus nominados (periodo de apertura de comunicación y resultados ganadores)
- 113 restaurantes nominados de todo Chile, entre 8.000 asociados a la app.
- 24 restaurantes ganadores del Sartén de Oro.
- 250 invitados a la ceremonia de premiación.
- Más de 25.000 personas votaron por sus restaurantes favoritos a través de la web oficial de los premios.