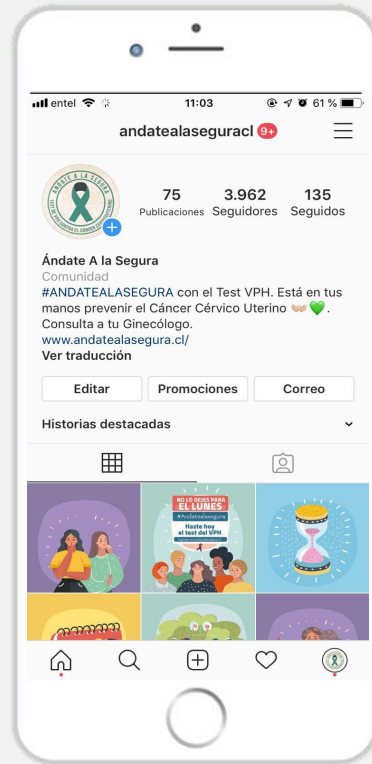
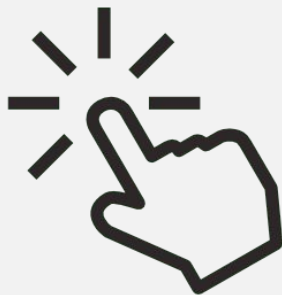
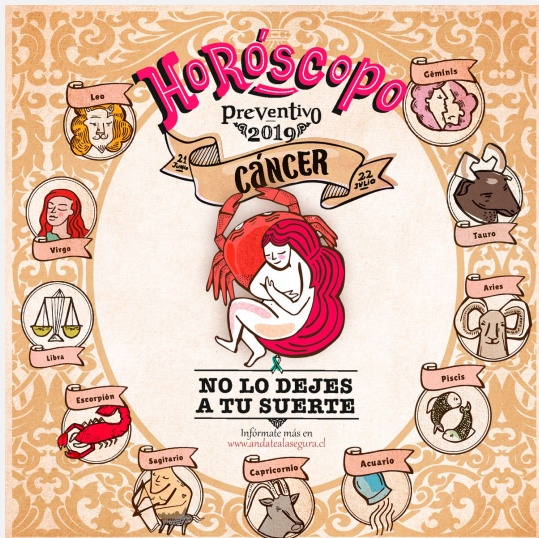


CAMPAÑAS

Andate a la Segura
 Extend Comunicaciones- Roche
 Abril-Octubre 2019



Campaña Cáncer Cérvico Uterino



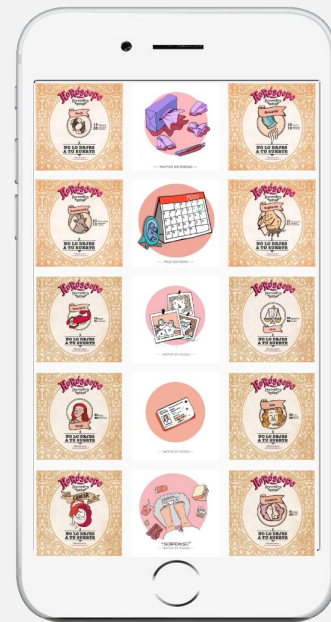
Campaña Fertilidad

Ser mamá hoy
ES TAN VALIOSO
COMO SER
Mamá mañana
#Andatealasegura

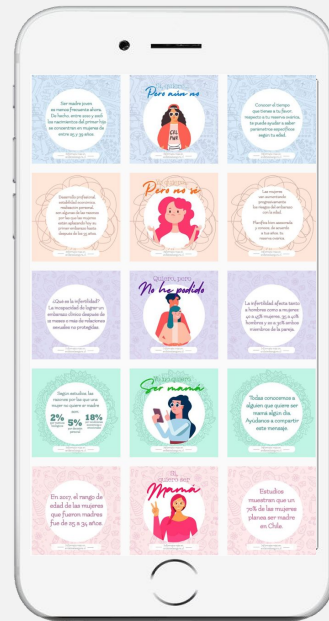
Campaña Cánceres Ginecológicos



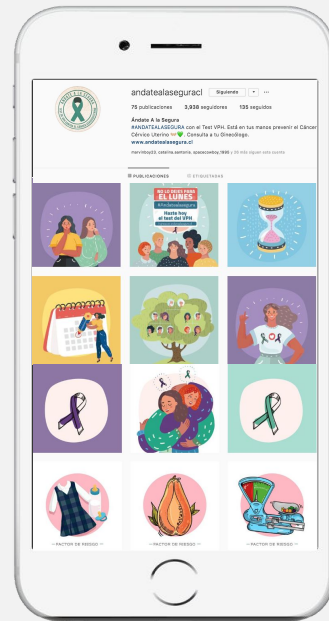
Horóscopo Preventivo



Maternidad Postergada



No lo Dejes para el Lunes



— IDEAS QUE CAMBIAN LA HISTORIA



INFLUENCERS





Caro Gutiérrez

93.455
Followers



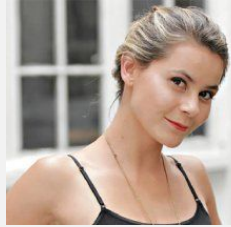
Soledad Onetto

255.000
Followers



Alison Mendel

255.000
Followers



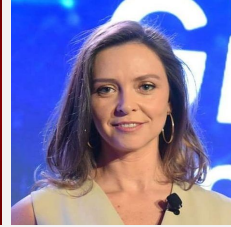
Marita García

225.215
Followers



Mónica Rincón

94.954
Followers



M. Elena Dressel

12.797
Followers



Connie Achurra

577.775
Followers



Macarena Pizarro

13.259
Followers



Carmen Tuitera

267.183
Followers



Eliana Albasetti

267.183
Followers



Francisca Ayala

221.054
Followers



Pilar Jarpa

66.981
Followers



Carmen Gloria

327.106
Followers

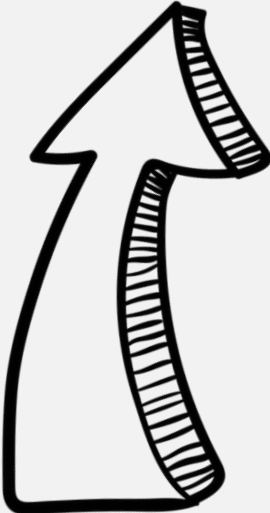


Carolina Julio

86.475
Followers



CRECIMIENTO





#ANDATEALASEGURA EN NÚMEROS



Fans

Comienzo Campaña: **3.722**

Ahora: **14.163**

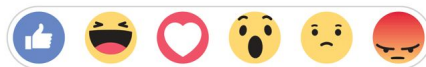


Alcance Total

738.016

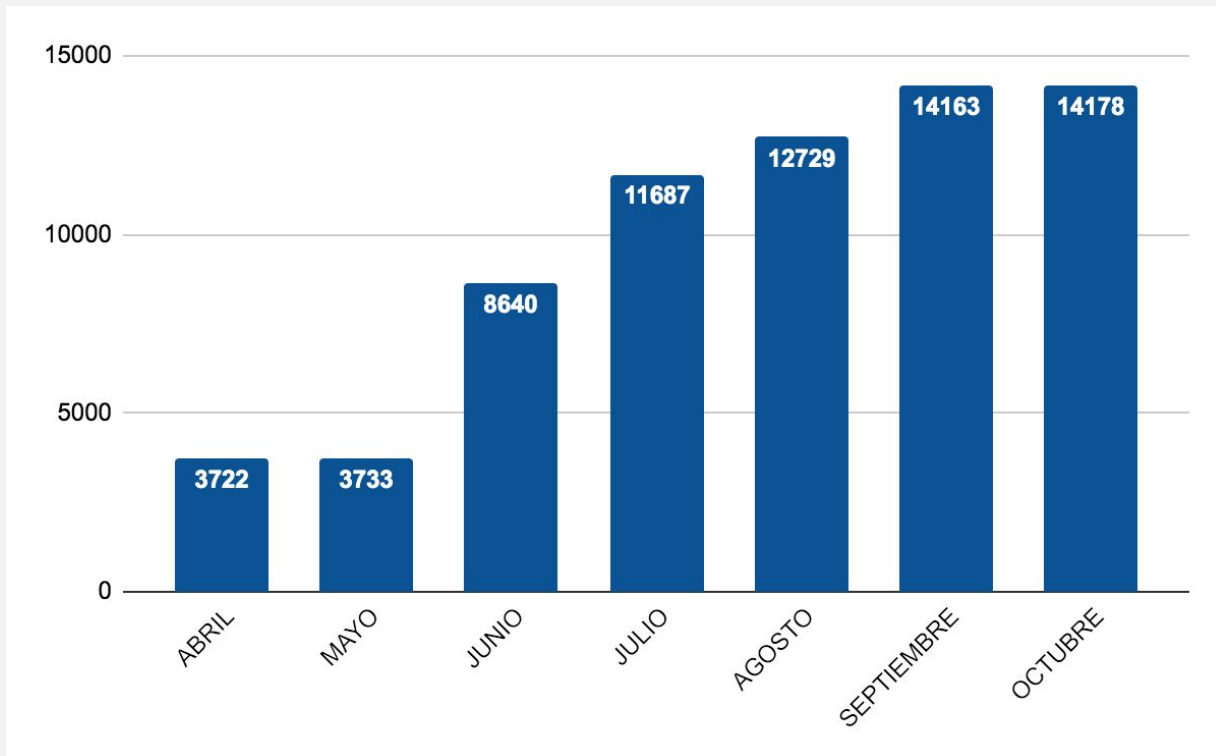


Interacciones Totales

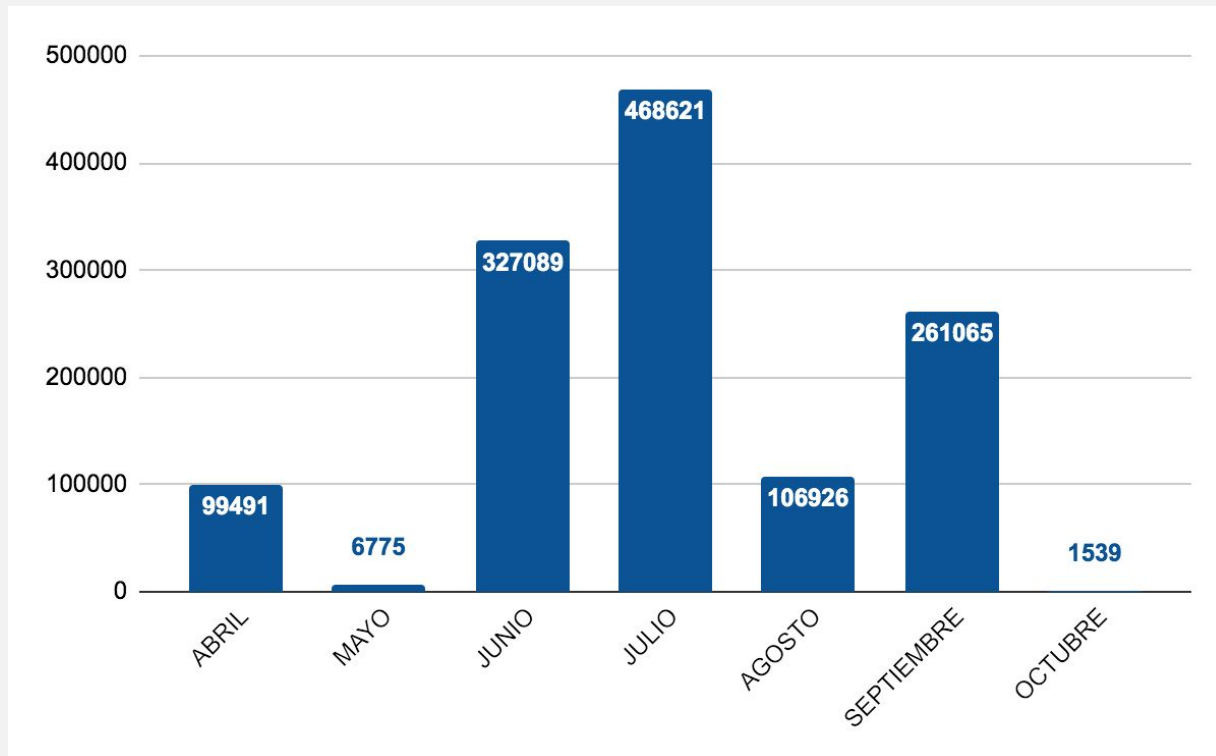


7.480

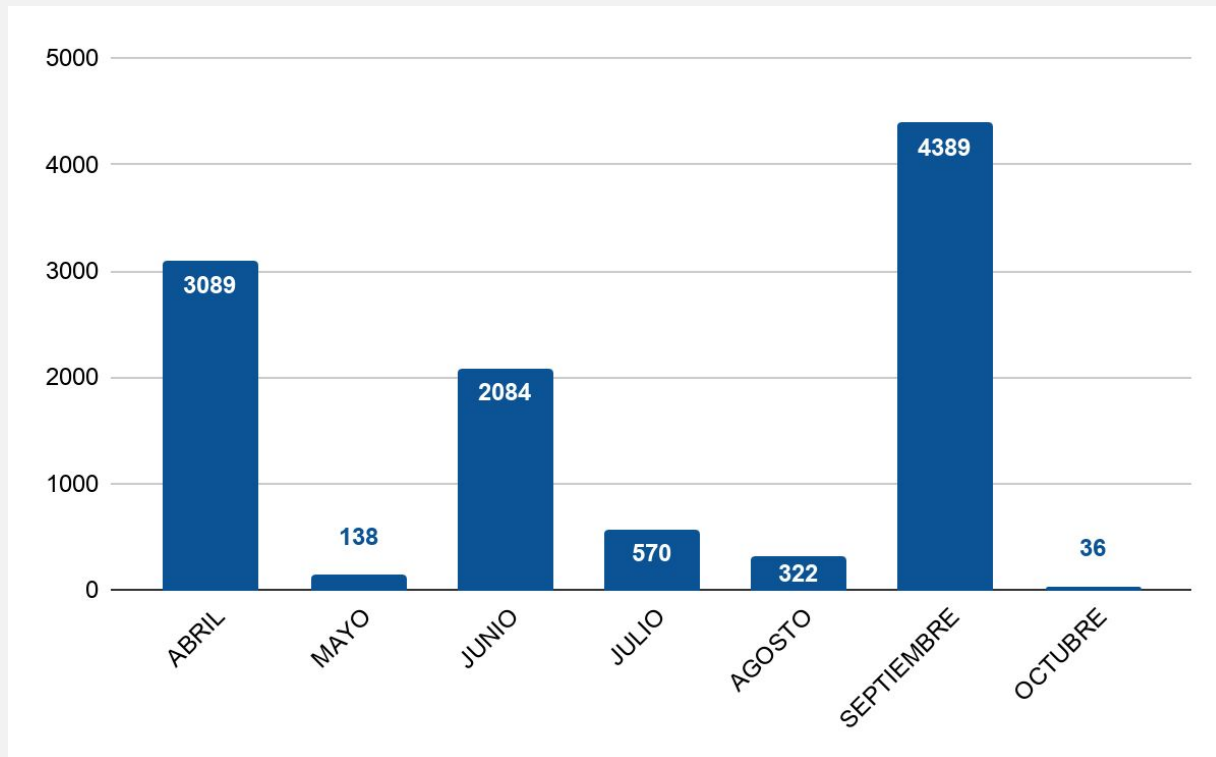
FANS



ALCANCE



INTERACCIONES



MEJORES POSTS POR INTERACCIÓN



2.014
INTERACCIONES



1.086
INTERACCIONES

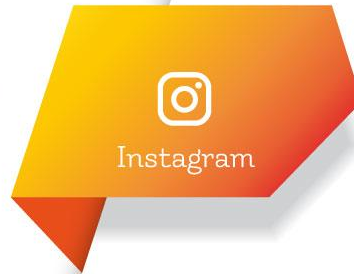


2.673
INTERACCIONES





#ANDATEALASEGURA EN NÚMEROS



Fans

Comienzo Campaña: **69**

Ahora: **3.963**



Alcance Total



105.526

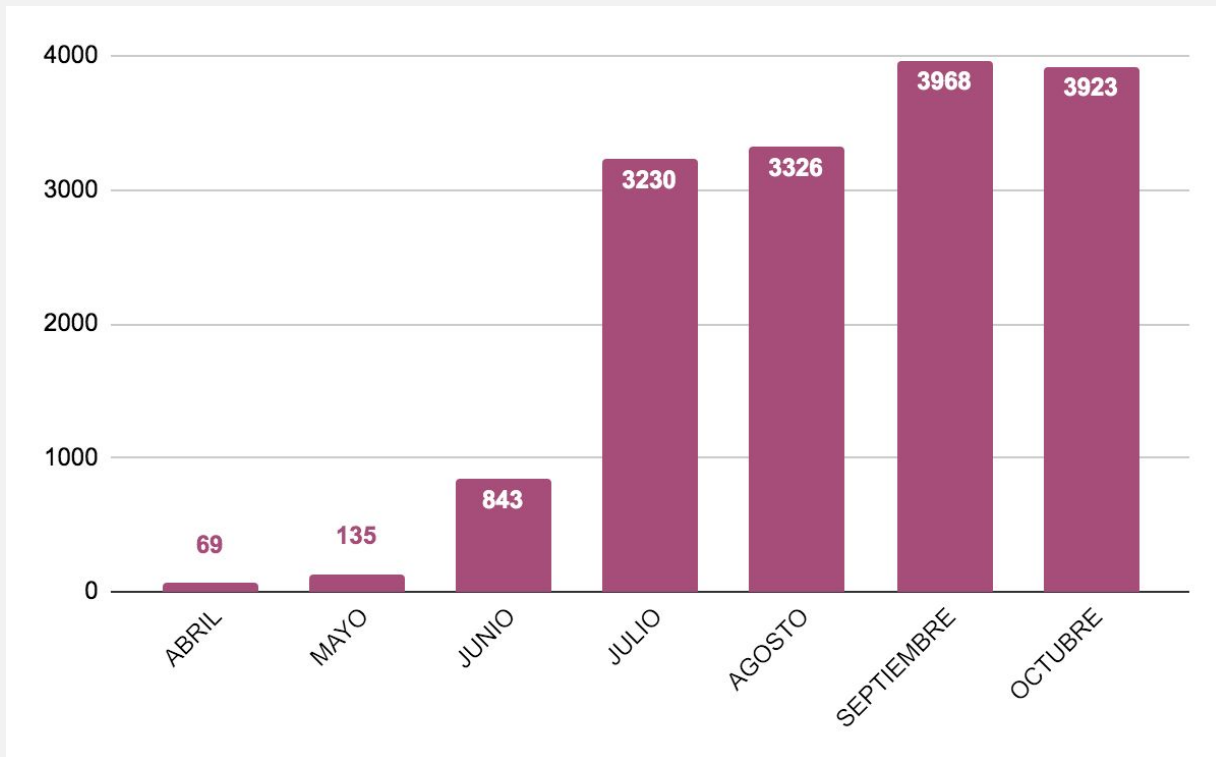


Interacciones Totales

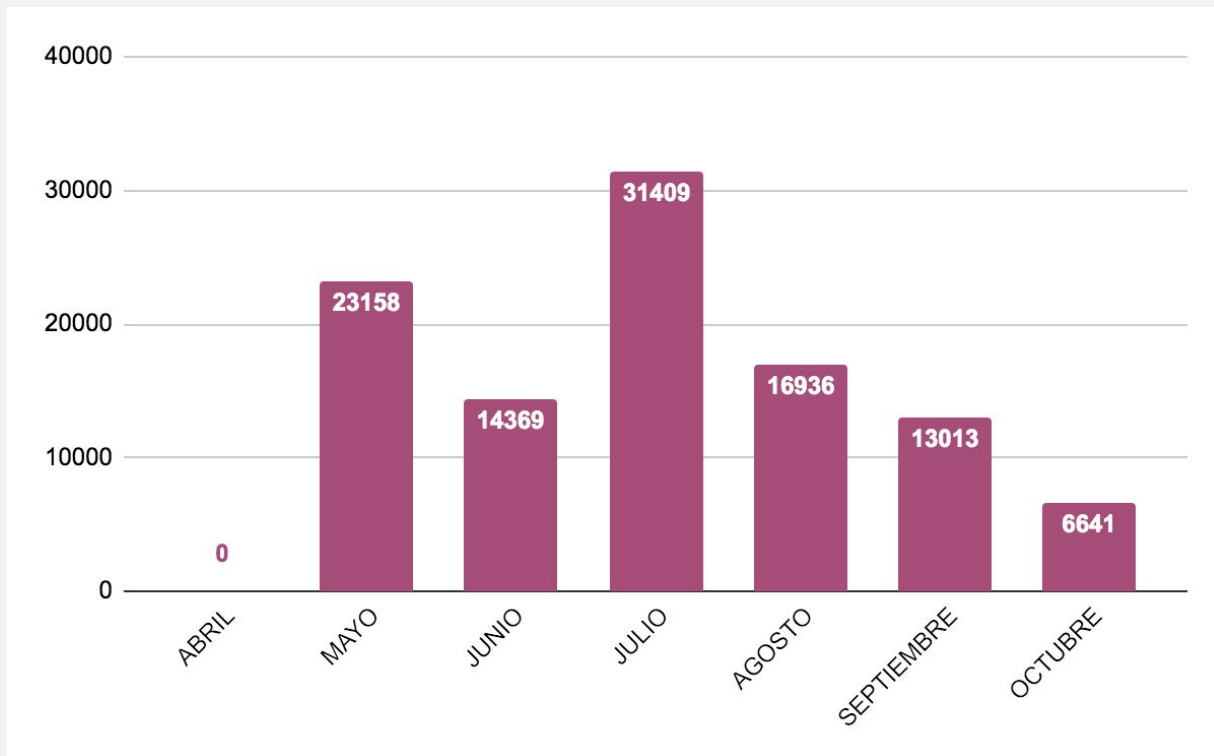


54.655

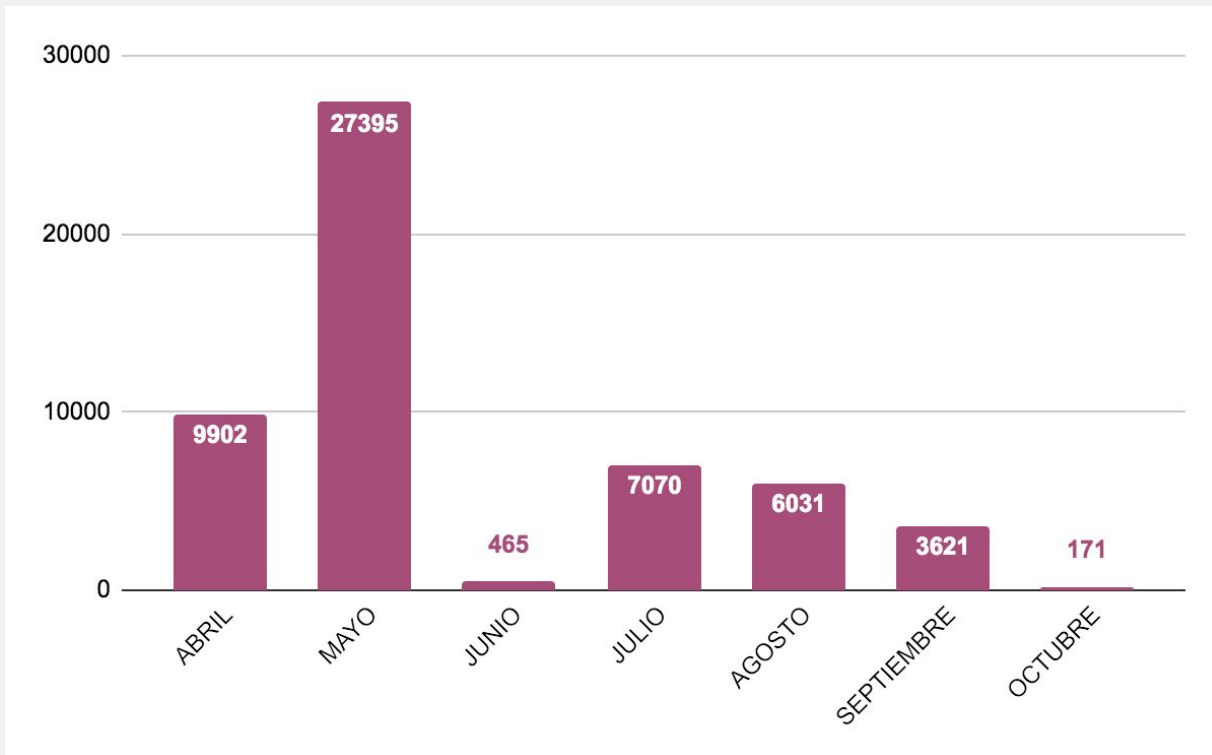
FANS



ALCANCE



INTERACCIONES



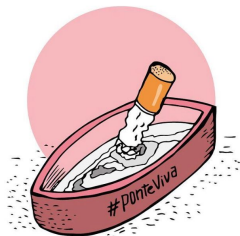
MEJORES POSTS POR INTERACCIÓN



— FACTOR DE RIESGO —



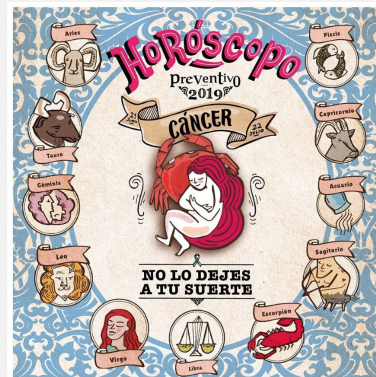
19.903
INTERACCIONES



— "TA BAQUISMO" —
— FACTOR DE RIESGO —



9.523
INTERACCIONES



6.451
INTERACCIONES





STORIES CON MAYOR ALCANCE

8 de julio



20 de septiembre



17 de septiembre



3 de octubre



SITIO WEB





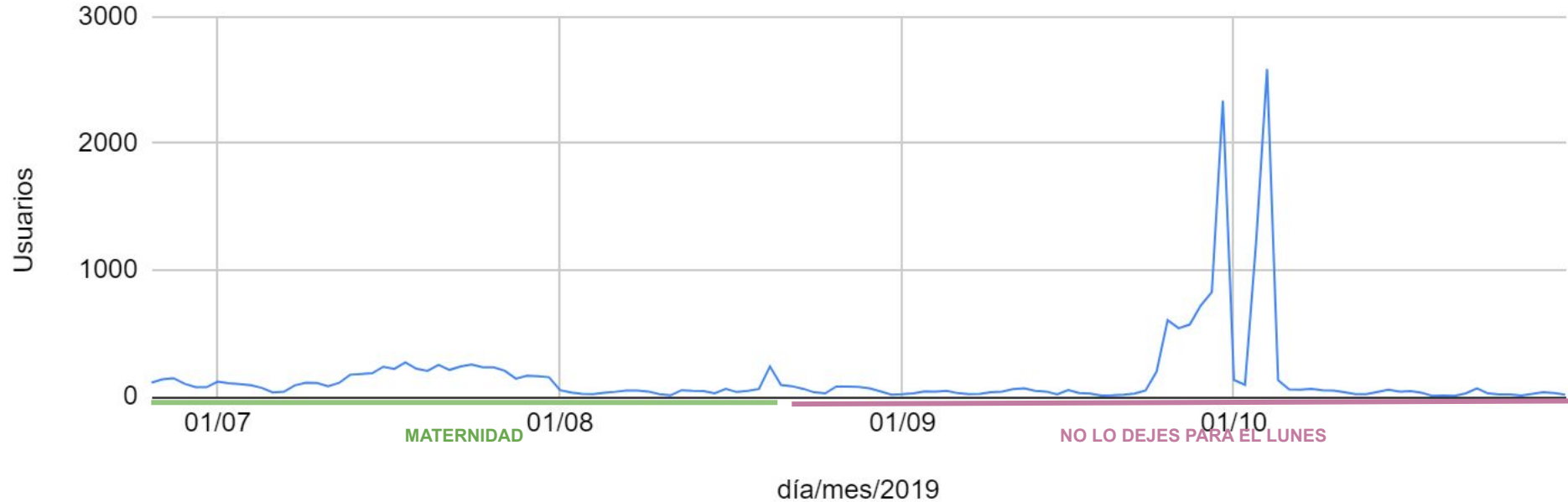
www.andatealasegura.cl

El mayor canal de acceso fueron las **redes sociales**, y el tráfico está concentrado en el mes de **octubre**.

Las redes tuvieron un protagonismo absoluto.



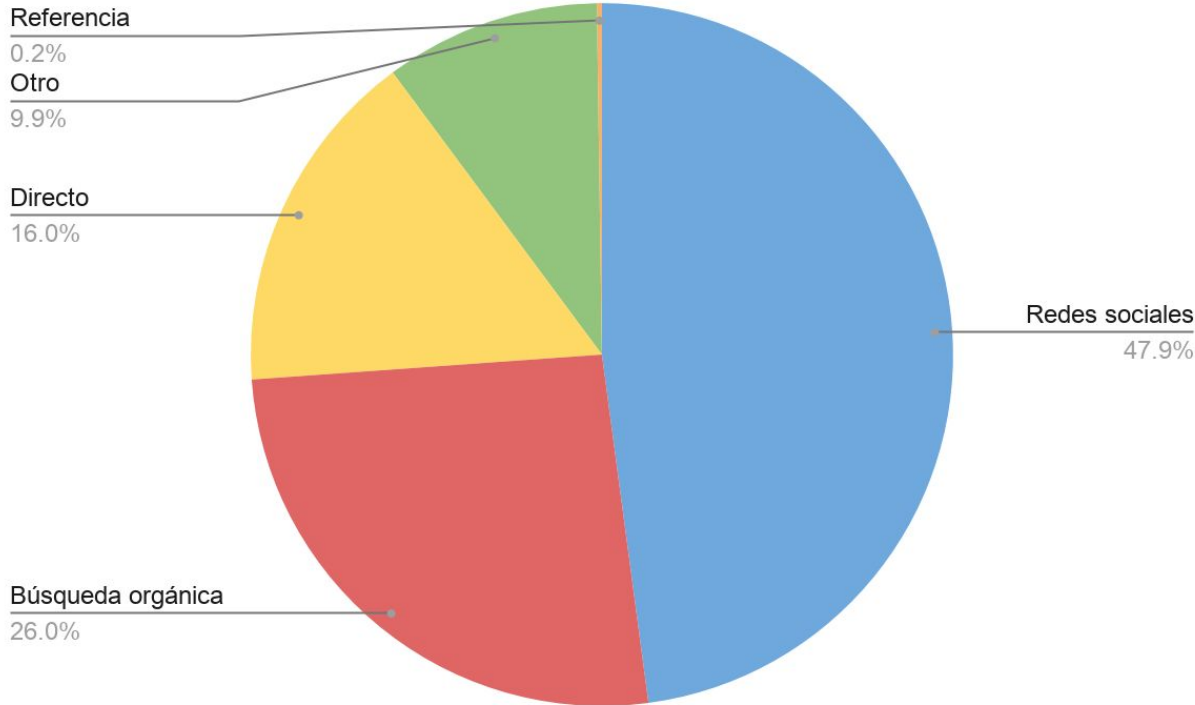
WWW.ANDATEALASEGURA.CL



Desde el 25 de junio hasta el 31 de octubre, se registraron 17.883 usuarios. Fueron, en su mayoría, mujeres de entre 25 y 44 años, de la ciudad de Santiago. (25-34 años: 27,01% y 35-44 años: 27,57%).

ACCESO

WWW.ANDATEALASEGURA.CL



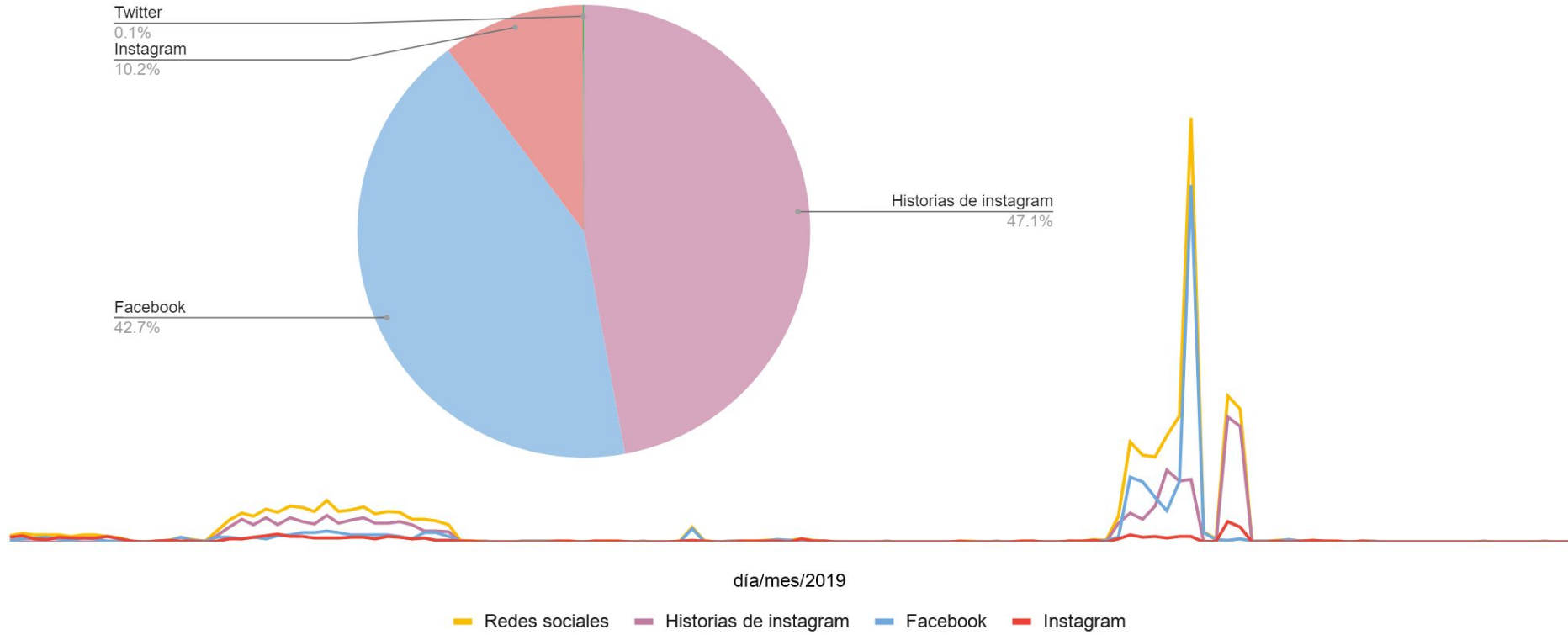
Predomina el ingreso orgánico o directo a los sitios. Ello comprueba lo exitoso de las campañas de redes sociales para potenciar el tránsito.

La categoría “otro” refiere a la publicidad de Instagram, que por configuraciones propias de los usuarios no se capta dentro de “redes sociales”, por lo que su éxito es aún mayor de lo que se grafica.

Las redes sociales se hacen cargo del 47,9% de los ingresos al sitio web entre el 25 de junio y el 31 de octubre.

REDES SOCIALES

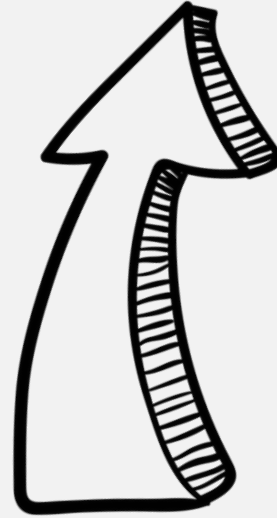
WWW.ANDATEALASEGURA.CL



Este es el comportamiento específico de las redes sociales, mostrando claramente los períodos en que las campañas tuvieron más fuerza.
* No se consideran en este gráfico, los 1.783 casos de la categoría "otro".

CRECIMIENTO

Gráfico cruzado entre el crecimiento de RR. SS. y tráfico al sitio.



CAMPAÑA DE MATERNIDAD

WWW.ANDATEALASEGURA.CL



SÍ, QUIERO SER MAMÁ

[Ver más](#)



QUIERO, PERO AÚN NO

[Ver más](#)



AÚN NO LO SÉ

[Ver más](#)



QUIERO, PERO NO HE PODIDO

[Ver más](#)



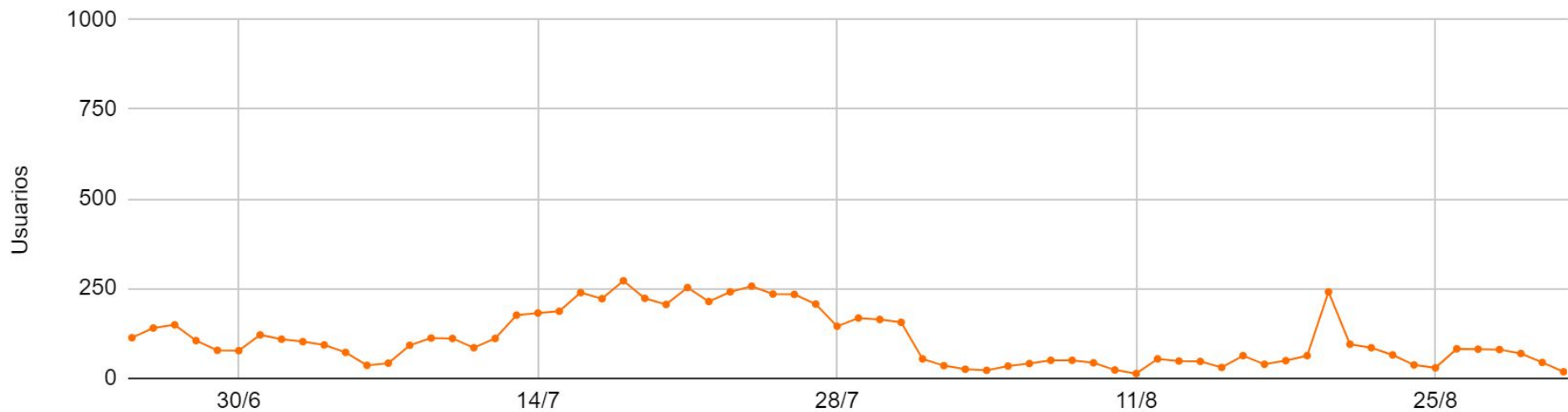
NO QUIERO SER MAMÁ

[Ver más](#)

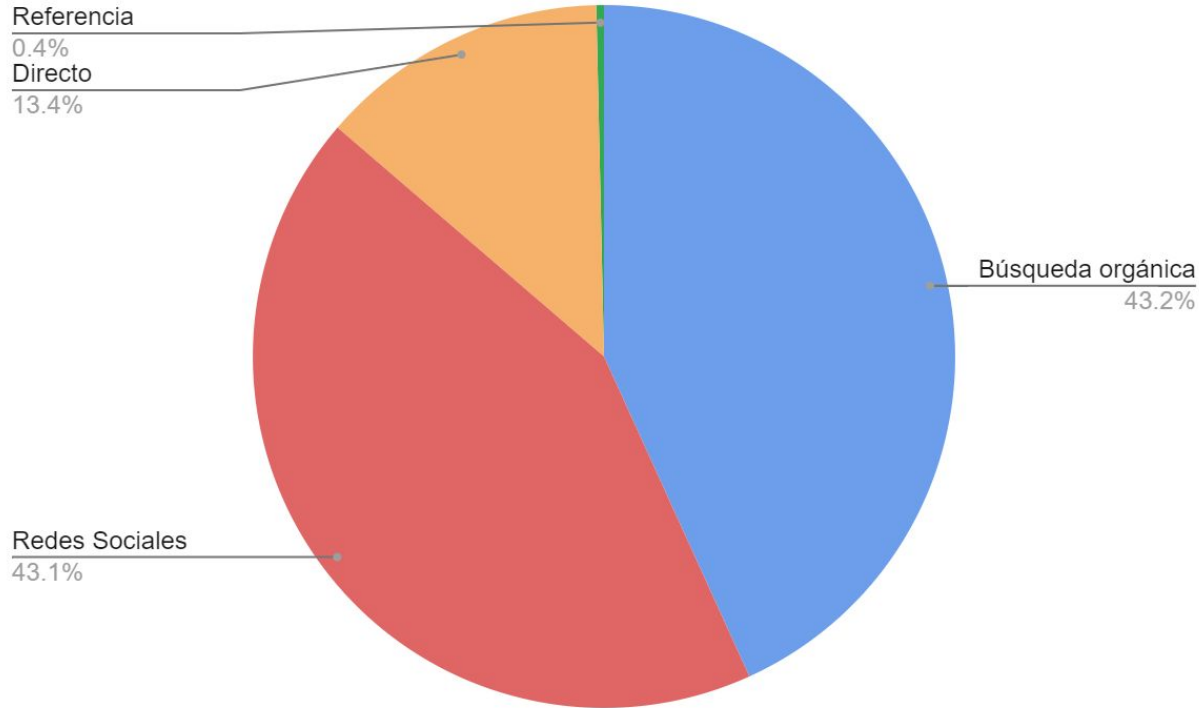
TRÁNSITO GENERAL MATERNIDAD



6.802 usuarios



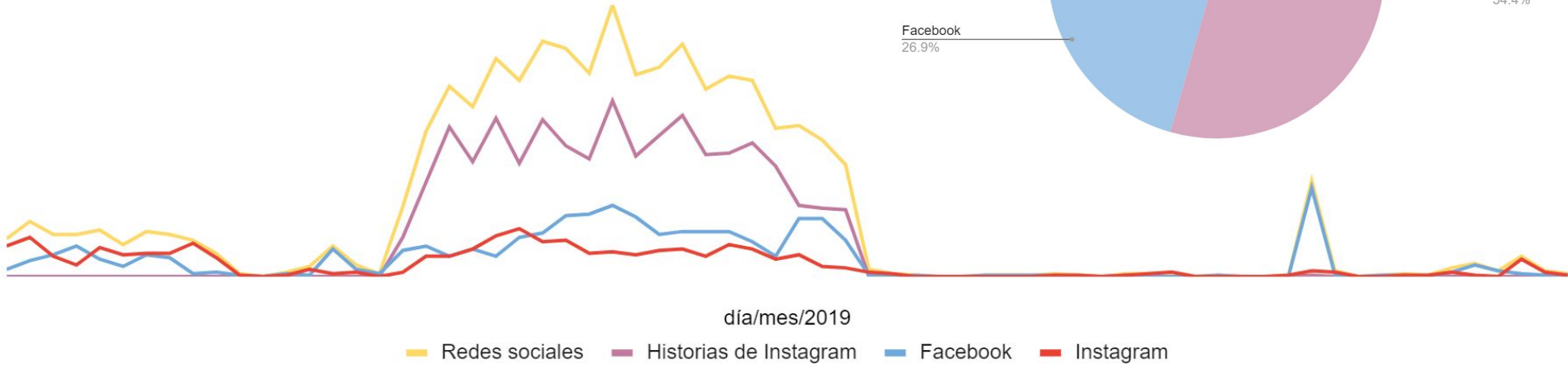
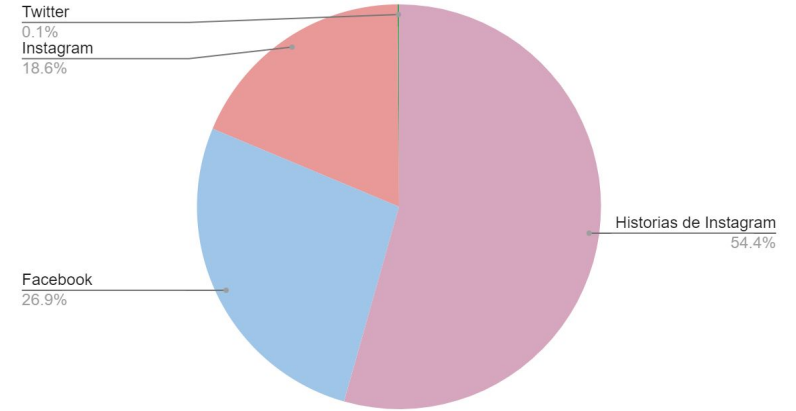
ACCESO MATERNIDAD



Si bien las redes sociales ocupan la segunda mayoría, el ingreso generalizado fue orgánico.

Si nos adentramos en el comportamiento particular de las mayorías, fueron quienes ingresaron por redes sociales los que tuvieron sesiones de mejor calidad.

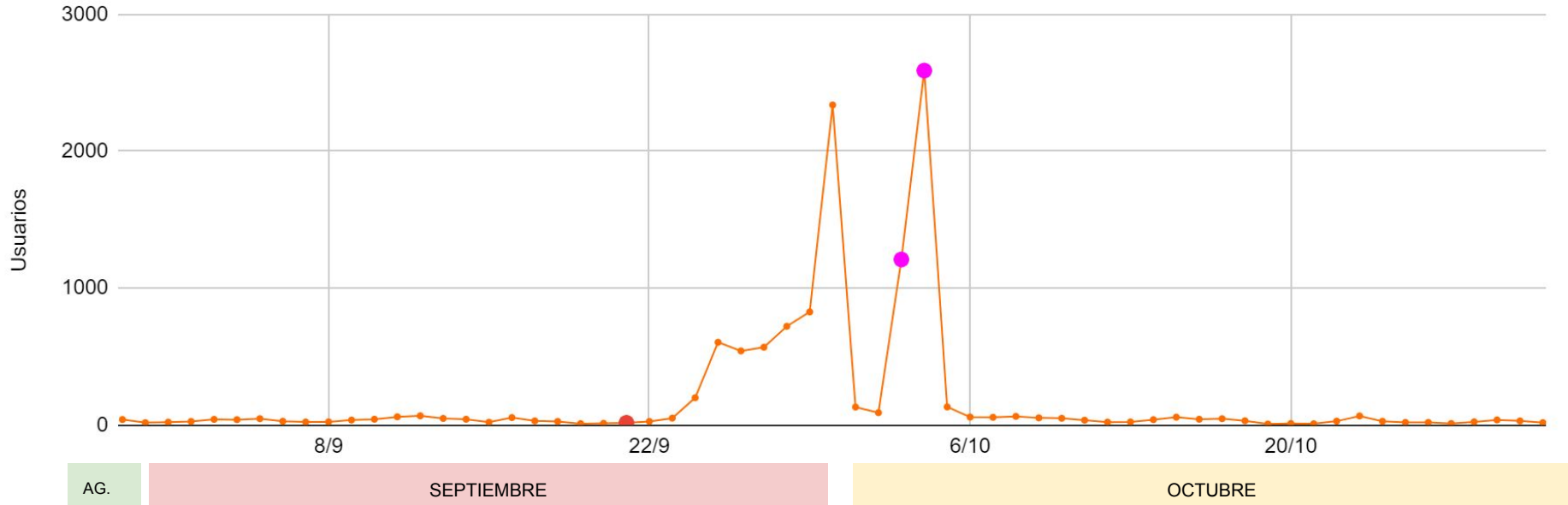
REDES SOCIALES MATERNIDAD



CAMPAÑA DE CÁNCER GINECOLÓGICO

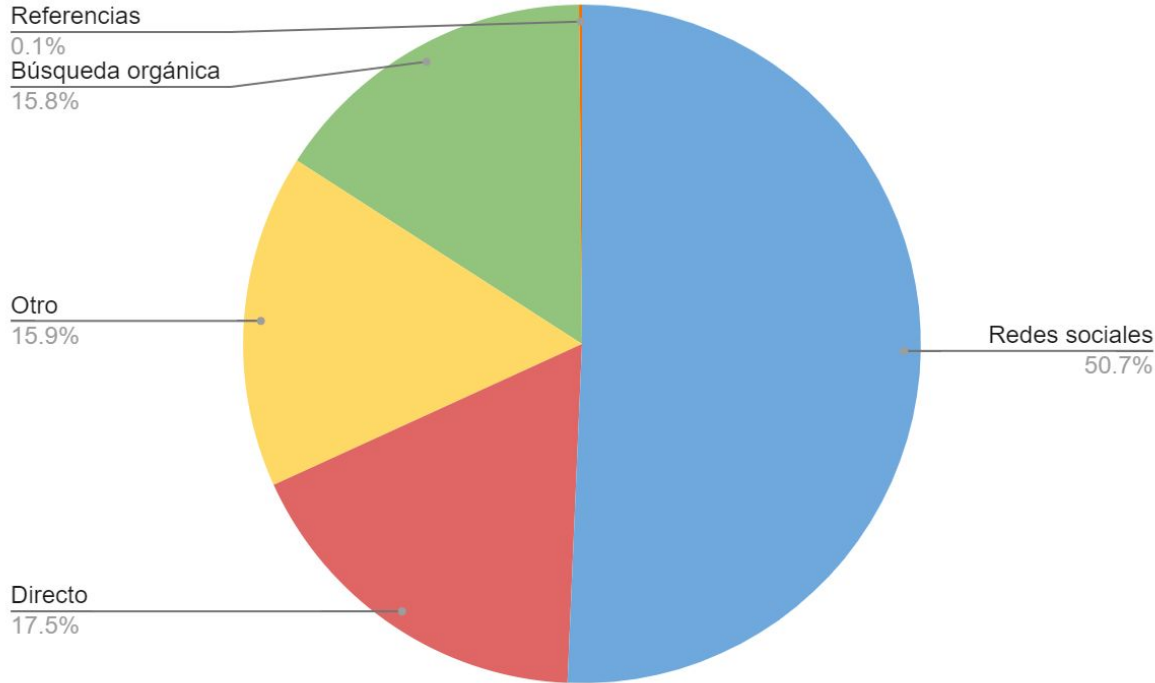


TRÁNSITO CÁNCER GINECOLÓGICO



Desde el inicio de la campaña hasta el 31 de octubre, se registraron 11.211 usuarios, claramente concentrados en el período de actividad de los influenciadores. Esta campaña reúne más del 62% del total de usuarios del sitio.

ACCESO CÁNCER GINECOLÓGICO

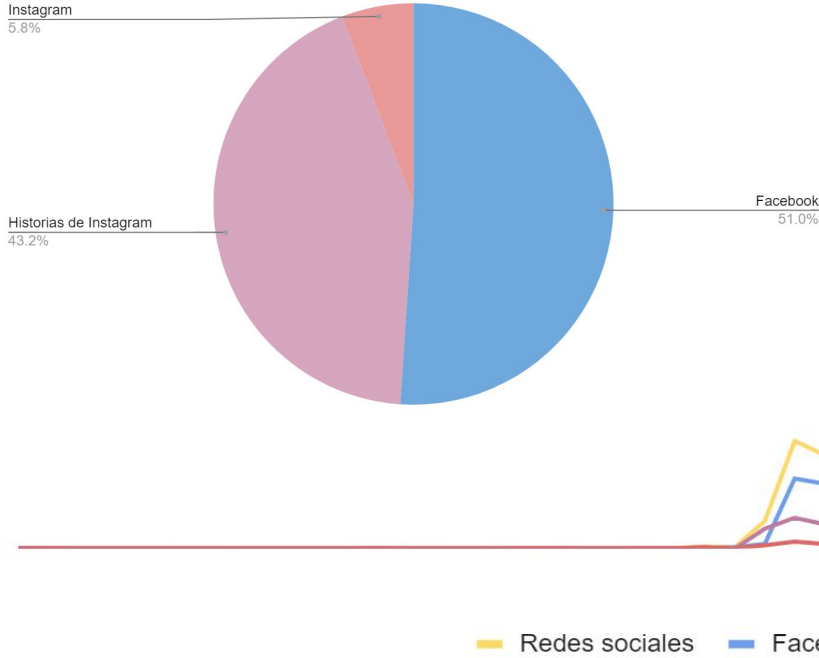


Las redes sociales se posicionan como primera mayoría, superando incluso al acceso orgánico y al directo.

El comportamiento entre los diferentes canales es similar, no se identifican diferencias estadísticamente significativas.

Recordar que la categoría “otro” también corresponde a Instagram, pero con configuraciones diferenciadas.

REDES SOCIALES CÁNCER GINECOLÓGICO



En el primer momento de actividad, fue Facebook la red que dominó el tránsito web, pero con la campaña de influenciadores las historias de Instagram opacaron la red anterior.

El comportamiento es similar entre plataformas, pero se debe destacar la retención que tiene Instagram, registrando tan solo un 24,19% de rebote.