



Alianza Unilever y Algramo

Un nuevo modelo de economía circular a través de la venta de productos a granel

CONTEXTO

Una compañía global

Unilever es una de las compañías líderes en alimentos, cuidado personal y limpieza del hogar, con ventas en más de 190 países, alcanzando a 2,5 mil millones de consumidores cada día. La compañía tiene más de 400 marcas.

Presente en Chile desde 1928, Unilever comercializa marcas entre las que se destacan: OMO, Dove, Pepsodent, Rinso, Axe, Sedal, Hellmann's, Maizena, Malloa y Lipton.



Una visión sustentable

La sustentabilidad es el núcleo del modelo de negocio que ofrece un crecimiento consistente, rentable, competitivo y responsable.

Es por esto que, con todo lo aprendido en los últimos diez años, la compañía renovó su estrategia corporativa, lanzando el “Unilever Compass”. Esta nueva visión sitúa el propósito al centro de todas las acciones, basándose en que **las marcas con un propósito, crecen; las empresas con un propósito, perduran, y las personas con un propósito, prosperan.**

La colaboración como motor

Las marcas OMO y Quix se encontraban en la búsqueda de un modelo para potenciar la economía circular a través de sus productos y, el emprendimiento local Algramo, ofrecía la solución para ello: venta a granel en envases reutilizables.

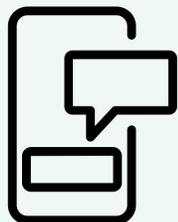
A través de un trabajo colaborativo entre ambas empresas se estableció un modelo de negocio, el que cuenta con la expertise de la multinacional, sumada a la innovación, flexibilidad y adaptabilidad de una start-up.

LA ALIANZA

La propuesta de Algramo y Unilever consiste en ofrecer los productos de las marcas en formato granel mediante envases inteligentes reutilizables, los que permiten identificar al consumidor y asociar a él sus datos de consumo.



ENVASES CON
CHIP Y DATA



PEDIDO A TRAVÉS
DE LA APP



COMPRA EN
CARRITOS 100%
ELÉCTRICOS



+ 2.700
clientes activos

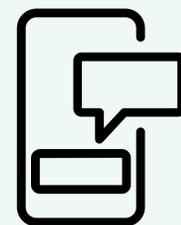
+ 650
clientes nuevos al mes



+ 5.100
hogares
atendidos

20
comunas
en la RM

8
carritos
de venta



26.000
descargas de la
App.

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

¿QUÉ QUERÍAMOS LOGRAR?

Generar conocimiento y visibilidad, buscando el posicionamiento de las marcas de Unilever y de Algramo en el “Top of mind” de los consumidores que privilegian los componentes sustentables en sus adquisiciones.

Principales conceptos a posicionar:

- Impacto positivo en el medioambiente
- Economía circular
- Venta a granel accesible

¿CÓMO LO HICIMOS?

Con una estrategia comunicacional **dinámica, flexible y adaptable**: las características clásicas de un emprendimiento.



DESPLIGUE COMUNICACIONAL



- TV**
- Matinales
 - Publicidad en cable

- Digital**
- RR.SS
 - Youtube
 - Facebook Live
 - Webinars



RESULTADOS



DIGITAL



Facebook Live

- Alcance: +81k orgánico / + 227k pagado
- Impresiones: +43k orgánico
 - Reacciones: 1.103



Video en Youtube:
 Complete views: +715k
 Impresiones: +2.8MM



9 webinars con mención al caso



Post IG + FB:
 Con el primer post (enero) se lograron + 3k de descargas

Los siguientes meses se utilizaron formatos de post y stories, generando +6.9 MM de impresiones y un alcance de +2.9 MM



+27 minutos de activaciones en matinales de TV abierta
+14k Interacciones



Publicidades de 30 sgds:

- 19 canales de cable
- + 96k impresiones
- 23k hogares (promedio) mensuales impactados

RECONOCIMIENTOS DE ALGRAMO

1º Lugar Desafío National Geographic
“Ocean Plastic Innovation Challenge”



1º Lugar Empresas más innovadora
de Latinoamérica



HBR: Caso de Estudio Alianza
UL/ Algramo en HBR





Alianza Algramo y Unilever

Un nuevo modelo de economía circular a través de la venta de productos a granel