

Lanzamiento “El Presidente” Urban - Amazon Prime Video EIKON 2020

1) INTRODUCCIÓN

El lanzamiento de la serie “El Presidente”, producción original de Amazon Prime Video, basado en el escándalo de corrupción en la FIFA, generó un gran interés en Chile debido a que su historia se centró en el auge y caída de Sergio Jadue, ex presidente de la Asociación Nacional de Fútbol Nacional (ANFP).

Dado lo anterior, el desafío para el equipo fue maximizar en los canales y plataformas más relevantes esta potente historia que mezclaba fútbol, corrupción, dinero, estafa y drama en sus públicos de interés.

2) ESTRATEGIA

Generar interés genuino tanto de los medios de comunicación tradicionales como digitales. Para esto, la estrategia buscó maximizar las posibilidades de cobertura de la serie mediante entrevistas uno a uno, activaciones digitales y la primera conferencia de prensa virtual para una serie en Chile. Todo centrado en cuatro focos comunicacionales: deportes, entretenimiento, tecnología y espectáculos.

A partir de esto, definimos cuatro objetivos primordiales:

- Posicionar la serie como una producción internacional de Prime Video que se centra en un conocido escándalo deportivo que tiene como eje central a Chile.
- Generar expectativa e impacto en diversos medios y el público general, destacando la importancia que tiene nuestro país en el desarrollo de la trama.
- Identificar todos los posibles focos comunicacionales para llegar al mayor rango de audiencias posibles.
- Usar esta oportunidad para darle visibilidad a Amazon Prime video y su contenido en nuestro país.

Todo Lo anterior, mediante un potente STORYTELLING, que le de vida a la narrativa de la serie para así generar un lazo emocional del público con esta historia tan relevante.

ENGAGEMENT & SHARE OF VOICE

3) DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN:

Propusimos y ejecutamos una serie de acciones orientadas a generar ruido mediático en distintos públicos y plataformas a través de los siguientes pasos:

- a) **Paso 0 - Visita prensa internacional:** Un año antes del estreno, y en plena grabación de la serie, medios de Italia, España, Francia, México, Brasil y Estados Unidos, visitaron durante 3 días Chile para entrevistar al elenco de “El Presidente”. Acción donde se visibilizó el foco e inspiración de esta producción internacional que un año después iba a tener su estreno a nivel mundial.
- b) **Paso 1 - Lanzamiento Trailer oficial:** El 13 de abril se lanzó el primer avance de la serie. Para esto se crearon listas de distribución en cadena para que la información llegase a los diferentes medios nacionales y regionales como también a plataformas digitales y blogs. El trailer logró tanta masividad que llegó a ser **Trending Topic** en Twitter.
- c) **Paso 2 - Entrevistas exclusivas:** Se identificaron y coordinaron entrevistas con los protagonistas internacionales de la serie “El Presidente” (Andrés Parra, Paulina Gaitan, Armando Bó y Karla Souza) de forma exclusiva con el objetivo de visibilizar en medios T1 a su elenco, inspiración y la trama de esta producción.
- d) **Paso 3 - Conferencia de prensa:** Se organizó la **primera conferencia de prensa 100% virtual (vía Zoom) para el lanzamiento de una serie de televisión**. Para esto, se seleccionaron medios tanto de interés general como de espectáculos y de deportes para lograr una mayor amplificación y por ende cobertura de la información. Solo durante la semana del 5 de junio, se realizaron más de 30 entrevistas con medios nacionales y regionales de Chile.
- e) **Paso 4 - Comunicado de prensa:** El día del lanzamiento, a partir de las 08:00 am de nuestro país, se lanzó a nivel mundial en más 200 países el comunicado de prensa.

URBAN®

GRUPO DE COMUNICACIÓN

- f) **Paso 5 - Estrategia digital:** Por medio de reconocidos líderes de opinión e influenciadores de las distintas temáticas asociadas a la serie (interés general, deportes, espectáculo, tecnología, etc), se desarrolló una estrategia para aumentar la difusión y cobertura. Para esto, se seleccionaron tan solo 11 personajes a los cuales se les mandó un Press Kit personalizado que lograron el impresionante registro de más de 220.000 impresiones en RR.SS.

4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

La estrategia de “El Presidente”, trajo consigo importantes resultados tanto en redes sociales como en publicaciones en medios de comunicación.

Analizando estos datos semanas después del lanzamiento de la serie pueden ser considerados como más que exitosos, teniendo como un factor importante a considerar la golpeada industria de los medios en Chile ([más de 2.000 despidos desde 2018 a julio 2020](#)). Esto, se ve reflejado en una cantidad de alternativas mucho más acotada para lograr la publicación efectiva de contenidos. Un desafío que sin duda nos obligó a repensar la manera de comunicar y buscar nuevas estrategias.

Se suma a la evaluación global del lanzamiento que “El Presidente”, se consolidó como el primer gran estreno en la región de una serie de streaming realizado de forma digital producto de las restricciones de vuelo, desplazamiento y reuniones por el COVID-19, lo que generó un desafío extra y aún más trascendental en cuanto a gestión y relación con la prensa.

En conclusión los resultados entre abril y julio son:

a) Publicaciones en medios de comunicación:

- **Print:**

T1: 87

T2: 68

TOTAL 154 publicaciones

- **Online:** 163

T1: 127

T2: 35

T3: 2

TOTAL 163 publicaciones

URBAN®

GRUPO DE COMUNICACIÓN

- **TV:**
T1: 19
TOTAL: 19

Dando un total de **336 notas** relacionadas con el lanzamiento de la serie en nuestro país

b) Estrategia digital

- 11 social makers
- 17 publicaciones
- 32 stories
- 4,9 engagement
- 224,6 k impressions

Urban Grupo comenzó a trabajar junto a Amazon Prime Video en marzo de este año, siendo el primer gran desafío el lanzamiento de “El Presidente”. Durante los meses de gestión, nos propusimos como objetivo aumentar la visibilidad de la plataforma en medios de comunicación y redes sociales. Con el proceso en específico de esta serie, que fuese el primer gran lanzamiento de la plataforma de streaming en Chile, ponemos en perspectiva el dato entregado por una compañía de telecomunicaciones que asegura que Amazon Prime Video creció un [363% durante la pandemia](#).