



Categoría: 14.2 Influencers

Campaña: SQUAD FACES - Natura

SQUAD FA CLS and contact of the second s



Categoría:

14.2 Campaña de Influencers

Capítulo:

General

Título:

SQUAD NATURA FACES

Nombre de la Agencia:

VOXKOM

Departamento

BrandKom

Persona/s responsable/s del plan de comunicación

Jorge Jiménez / Javiera Lastra







1. Introducción

El mercado del maquillaje es muy competitivo, intensivo de novedad, se mueve con el ritmo de la moda, de los cambios, del color. Natura interpreta esta dinámica y decide realizar un cambio profundo en su portafolio de productos ofreciendo una línea que no sólo entrega color y moda, sino que también es por definición una marca que interpreta y hace suyos los cambios sin dejar a nadie fuera, una marca inclusiva y activista en la difusión de sus valores de integración y respeto, FACES toma como propia la causa de la inclusión y respeto hacia la comunidad LGBTIQA+.

FACES es una marca de maquillaje de Natura, con una amplia variedad de productos y tonos, dirigido a un grupo objetivo moderno, amplio y diverso: "Faces es la belleza que está en la calle. Conectada con lo que pasa en el mundo, contigo, aquí y ahora. Es una marca inspiradora para que cada uno se reinvente a sí mismo y el lugar donde vive. Natura Faces te invita a ser tu propia versión. Esa versión que te hace sentir una persona más poderosa, más intensa y más diversa".



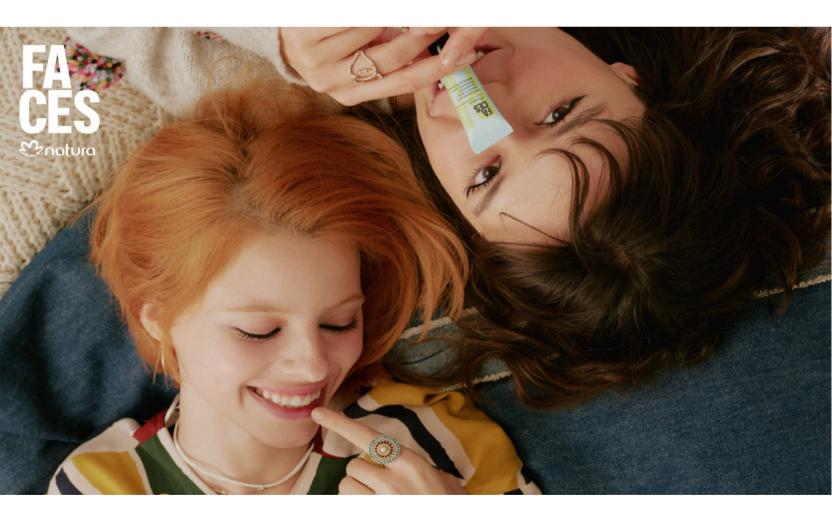


2. Propuesta de campaña:

El desafío fue posicionar esta nueva marca, darle un relato, hacer realidad su mensaje integrador y diverso. Incorporar a nuevos públicos que no estaban comprando o no conocían Natura. El segmento teen, juvenil es el foco de esta línea que busca acercar a nuevas personas para que conozcan Natura como una marca de maquillaje. Para cumplir con este objetivo VOXKOM le propuso a Natura realizar una campaña diferente, en la que se buscó encantar a un grupo de Influencers con perfiles muy diversos y del target, que cada uno fuese en sí mismo la encarnación de los valores de la marca FACES. Pero lo más importante fue lograr una relación con ellos que no fuera sólo por una acción en particular, sino que tuviese una continuidad, que incorporaran a Natura dentro de sus rutinas y de sus vidas.

Target: Adolescentes y jóvenes entre los 17 y 23 años.

Periodo de campaña: Diciembre 2020 – Marzo 2021









Insights de campaña:

- Hablar de maquillaje, pero también en cada publicación los miembros del SQUAD entregan un mensaje inclusivo, libre de crueldad animal y un portafolio casi en su totalidad vegano.
- Con un contrato más formal con deberes y compromisos, por el canje de productos y más incentivos (campañas pagadas en el año, apoyo de sus actividades, etc.).
- Disponibilizar más sugerencias de contenidos (producto, innovación, diferenciales de la marca, emprendimiento, etc.) y acompañarlxs más en todo el proceso. Libertad en la que cada miembro del squad muestra el contenido, algunos más ligados a productos, otros hablando sobre temáticas LGBTIQA+, algunos en formato foto, otros en formato reels, algunos en un IG TV.

Racional campaña:

- Celebra la diversidad dándole color y coraje a tu expresión" #NaturaFaces #orgullodeserquieneres
- Buscamos mantener a lxs "amigxs de la marca" dentro de la estrategia global de influencer Natura Chile. Es un grupo que se fideliza y quiere a la marca, por lo tanto publica de manera orgánica y creíble.





Estrategia Campaña:

Definimos un equipo / SQUAD de 18 micro y macro influenciadores, a quienes se les escogió por su personalidad y dinamismo, a este grupo se les invitó a ser parte de FACES Natura. Dentro de los que se encuentran maquilladores, e-boys e it girls: Nan Rodríguez, Felipe Rivera, Kamila Melo, Benja Manríquez y Sang Jin Yun como maquilladores. E-boys: Tatán Malagueño, Matías Arismendi y Diego de Vidts. It girls: Isabella Cuevas, Sirena Miller, Karla Melo, Mariana Back, Monse Góngora, Carolina Lagos, Titi Rodríguez y Malú Vial.







3. Desarrollo y ejecución del plan (tácticas y acciones)

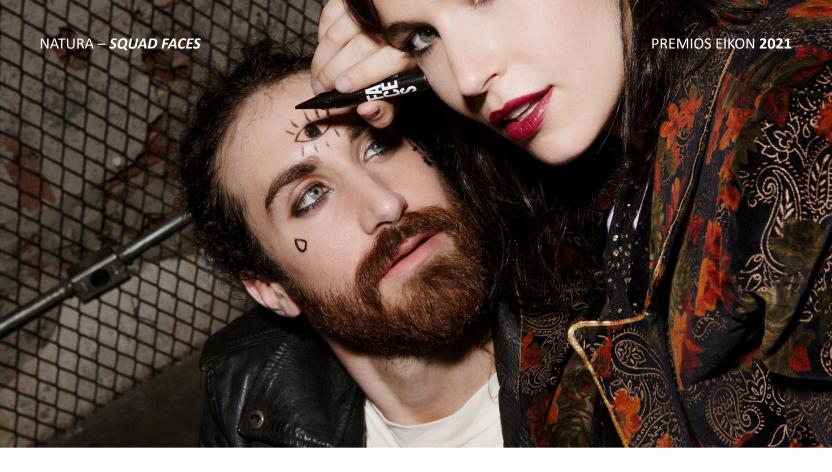
El proyecto tuvo las siguientes etapas:

- Caja de bienvenida para el #SQUADFACES con la mayoría de los productos del portafolio. Los 18 influenciadores publicaron esta caja en sus stories de Instagram, entregando los mensajes principales que persigue la línea, una línea transgresora, para todxs, usa el maquillaje, dónde quieras, cómo quieras.
- **Navidad**, el Squad FACEs recibió los recomendados, como regalo de Humor y FACES. En stories de Instagram mostraron estos productos para celebrar esta fecha.
- **Enero**, Skincare FACES con los influenciadores del Squad y comunicación 360° con el apoyo de un comunicado de prensa que se difundió en medios de comunicación, además de live asociado a este contenido en el Instagram de Natura y envío orgánico de productos a bloggers e influencers que no son parte de nuestro squad.
- En febrero, elaboramos los regalos FACES y Química de Humor del Día de los Enamorados. Realizamos concursos en Instagram de parte del Squad FACES y contenido extra por parte de Tatan Malagueño e Isabella Cuevas quienes eran pareja y armaron un Q&A sobre su relación. Esta pareja es especial porque él es un hombre trans y ella reconocida persona bisexual, al igual que su madre.
- Primera quincena de marzo, activamos la colección Sport de FACES.
- En tres stories se finalizaba con un swipe up que redirigía a la web para dar una comunicación en 360° y que pudiera ser aún más medible. Esta acción culminó con una masterclass a cargo de Benja Manríquez y Mariana Back en el Instagram de Natura.
- La segunda quincena de marzo el Squad cerró la campaña con un live a cargo de Diego de Vidts y Malú Vial en donde nos mostraron sus favoritos de FACES.









4. Resultados y evaluación

Alcance influencers campaña: 1.120.640 (*)

Earned Media Influencers

(4 meses de campaña): \$ 153.771.820 (*)

Inversión total

(influencers, envíos, fee): \$8.075.000

ROI: 1.804,3%

Esta acción contó con una gran cantidad de repercusiones de buena calidad, gracias a la consolidación del Squad y a la mantención de la línea FACES de Natura presente y posicionada en RRSS por cuatro meses, es decir desde diciembre de 2020 a marzo 2021. Además de sistematizar las publicaciones todos los meses, impulsó a dar un trabajo de continuidad y pertenencia de los influencers con la marca y el posterior reconocimiento de sus seguidores.

Logramos afianzar el trabajo con el Squad, lo que generó publicaciones orgánicas no contempladas en el pago de influenciadores, sumando así una gran cantidad de publicaciones orgánicas en nuestros reportes.

Se sistematizó y ordenó la idea de los influenciadores por línea mediante un pago al medio plazo, lo que generó orden en las apariciones y publicaciones, además del retorno obtenido respecto a lo invertido.

Squad FACES se transformó en un modelo a seguir para otras líneas de Natura, debido que fue la primera en tener su propio equipo de influencers para 2021, el cual finalizó en marzo de este año. De esta forma se convirtió en un Exitoso Proyecto de Prueba que ahora se está implementando en otros países de Latinoamérica.

(*) Fuente: Influencity - Data-Driven Technology







Sirena Miler

@sirenamiler Seguidores: 186.529 Alcance Posts: 36.790 Alcance Stories: 20.441 Engagement: 4,84%









Sebastián Malagueño

@tatanmalagueno Seguidores: 48.747 Alcance Posts: 24.244 Alcance Stories: 9.003 Engagement: 12,84%





Isabella Cuevas

@de_isabella Seguidores: 110.453 Alcance Posts: 55.562 Alcance Stories: 25.521 Engagement: 5,04%



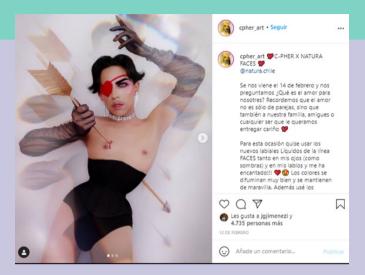




Felipe Rivera

@cpher art

Seguidores: 37.986 Alcance Posts: 16.666 Alcance Stories: 4.668 Engagement: 13,15%



Benja Manríquez

@manriquez_benja Seguidores: 21.693 Alcance Posts: 12.567 Alcance Stories: 3.315 Engagement: 16,13%



Monse Góngora

@soylam11

Seguidores: 37.605 Alcance Posts: 28.710 Alcance Stories: 8.590 Engagement: 16,68%







Mati Arismendi

@maty_arismendi Seguidores: 55.265 Alcance Posts: 4.460 Alcance Stories: 3.093 Engagement: 1,40%



Kamila Melo

@kamila_melo__ Seguidores: 117.768 Alcance Posts: 72.948 Alcance Stories: 32.085 Engagement: 9,04%





Florencia Cifuentes

@rainbowflawless Seguidores: 40.368 Alcance Posts: 24.333 Alcance Stories: 7.134 Engagement: 5,22%





Mariana Back

@marianaaback Seguidores: 53.015 Alcance Posts: 38.761 Alcance Stories: 14.126 Engagement: 29,22%

marianaaback 25 min legio quedó mi brazo hshajdbdjfn viar mensaje Ш 0

Titi Rodríguez

@titiroodriguez Seguidores: 13.873 Alcance Posts: 2.704 Alcance Stories: 1.235 Engagement: 2,90%



Karla Melo

@karla_melo_ Seguidores: 809.760 Alcance Posts: 325.500 Alcance Stories: 79.372

Engagement: 4,59%







Nan Rodríguez

@nanrodriguez.cl Seguidores: 30.173 Alcance Posts: 9.006 Alcance Stories: 2.721 Engagement: 3,76%





Carolina Lagos

@Carolishas Seguidores: 22.755 Alcance Posts: 9.369 Alcance Stories: 3.919 Engagement: 11,34%





Malú Vial

@maluvialc

Seguidores: 102.660 Alcance Posts: 154.384 Alcance Stories: 35.960 Engagement: 18,93%



Sang Jin Yun

@kukiyk

Seguidores: 8.260 Alcance Posts: 5.215 Alcance Stories: 1.217 Engagement: 13,56%



0

Ш

Diego de Vidts

@diegodebitch Seguidores: 94.296 Alcance Posts: 36.810 Alcance Stories: 10.010 Engagement: 10,45%







Gracias



