



NUMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍA/S:

Categoría 11: Eventos

TÍTULO DEL PROGRAMA:

Inteligencia Inmersiva, La Experiencia

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

SAP Chile

DEPARTAMENTO DESARROLLADOR DEL PLAN:

Agencia Inbrax

PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

Carolina Pinheiro (CEO, Inbrax), Paulina Araya (Marketing Manager Chile, SAP)

PROPÓSITO DEL PROGRAMA:

SAP Chile busca posicionarse como un referente en la transformación digital de los procesos que componen los negocios, es por esto que, con Inteligencia Inmersiva, busca imponerse en el Top Of Mind del grupo objetivo para llevarlos a la transformación digital empresarial.

Inicio: 21-03-2022 Término: 08-04-2022



1.- INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO)

SAP, empresa que ayuda en la transformación digital de sus clientes, siendo uno de los principales productores mundiales de software para gestión de procesos de negocio y desarrollo de soluciones que facilitan el procesamiento eficaz de datos y el flujo de información entre las organizaciones, siempre está en búsqueda de nuevas formas de poder comunicar sus productos y hacer más fácil la venta de los mismos a su público objetivo, empresas que se quedaron atrás en cambiar sus procesos de trabajo a formatos digitales, los cuales hacen más efectiva la producción tanto en tiempo como en dinero.

En SAP Chile necesitan dejar en claro la esencia del modelo de negocio, para atraer nuevos clientes, mostrando que la compañía agrega valor digital en todas sus aristas y puede aplicar sus conocimientos para mejorar y hacer más eficientes los modelos de negocios de sus clientes, desde el ciclo de vida de los productos, gestionando desde el diseño hasta la operación, hacia la experiencia del cliente, demostrando los beneficios de las redes de negocios para potenciar las ventas.

Dado el planteamiento anterior, el desafío fue crear una activación de marca que cumpla con mostrar a SAP Chile como un líder en transformación digital y fidelizar o captar nuevos clientes, con una experiencia que les ayude a decidirse por considerar a SAP para mejorar los procesos digitales de sus empresas.

2.- PROPUESTA/ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

El objetivo del evento fue dar a conocer a SAP Chile como un solucionador de procesos digitales y que las empresas pueden realizar cambios para mejorar y hacer más eficiente su modelo de negocio.

Posterior a los tiempos donde las actividades publicitarias se decantaron más hacia los medios digitales durante la época de confinamientos por la pandemia, surgió la oportunidad de realizar una solución presencial que ayude a demostrar que SAP Chile cuenta con la última tecnología para convertir las empresas en organizaciones inteligentes. En el minuto que se hace esta activación, las actividades presenciales estaban recién reactivándose, lo que nos ayudaba a transmitir de mejor forma la idea utilizando los sentidos.*

Contemplando lo anterior, nace la idea de realizar una actividad que pueda contar historias que estimulen los sentidos de los clientes, revisando casos que transmitan el proceso de la transformación digital que pueden tener. Con “Inteligencia Inmersiva, La Experiencia”, SAP Chile buscaba crear un ambiente tecnológico, digital, inmersivo, para juntarse con clientes y hablar de la digitalización y el impacto positivo que ésta tiene en los resultados de las empresas. Se invitó a su audiencia objetiva a conocer un espacio de última tecnología, con una visión 360° donde a través de 8 casos inmersivos los clientes podían entender cómo es el viaje digital hacia una empresa inteligente.

* Fuente: <https://www.puromarketing.com/66/36164/inversion-publicitaria-crecio-durante-pasadomes-febrero-2022>

3.- DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

Desde el 21 de marzo al 8 de abril de 2022, SAP Chile invitó a su público objetivo a vivir el viaje de la transformación digital, en una experiencia que desafió los sentidos con imágenes, sonidos y estímulos en un entorno inmersivo, montando una sala que contaba con un ambiente para compartir con ejecutivos y especialistas de SAP Chile que permitían tener un entendimiento más claro del camino que deben recorrer las compañías para convertirse en una empresa inteligente.

Todo lo anterior sumando a una experiencia en una sala con pantallas digitales y pantallas touch en todas sus paredes, para contar historias de casos que transmitían las ventajas de las soluciones de SAP Chile. Durante las dos semanas que estuvo habilitada la sala, se podían agendar 6 sesiones diarias de 45 minutos para contar los casos disponibles, en los cuales un experto SAP Chile transmitía las historias y hasta 4 personas por lado del cliente podían experimentar la sala inmersiva.



Como medio troncal se enviaron invitaciones vía email a prospectos de clientes y anuncios de pago en LinkedIn y banners web con Programmatic, para que se informen más en la página web desarrollada. En esta página web, podían revisar el evento, ver los 8 casos y agendar una visita personalizada a la experiencia que quisiera revisar.

4.- RESULTADOS Y EVALUACIÓN

Durante los 14 días que duró la activación, se generaron:

- 75 sesiones de experiencia inmersiva personalizadas con prospectos de clientes, las cuales fueron la totalidad de sesiones posibles a agendar. 100% de booking.
- Asistieron 209 clientes.
- Lograron generar 85 posibles escenarios de negocios con empresas interesadas en transformar sus procesos al mundo digital.

