

Eikon 2022

falabella.com

ALTA.
COMUNICACIÓN



EIKON 2022

CATEGORÍA

Castgoría 19: Relación
consumidores

TÍTULO

“LIVE SHOPPING”

NOMBRE DE AGENCIA

ALTA Comunicación

DEPARTAMENTO
INFLUENCER MARKETING

RESPONSABLES

GONZALO SILVA
VICTOR CÁCERES
ÁNGELES CONCHA
CONSTANZA RUBILAR

INTRODUCCIÓN

falabella.com

INTRODUCCIÓN

El día domingo de 24 de Abril Luisito Comunica, un influenciador reconocido a nivel mundial con más de 32 millones de seguidores llegaba a Chile. Luis es un youtuber, uno de los 100 con más suscriptores en el mundo, emprendedor y actor Mexicano, los ojos estaban puestos en él. La prensa comentaba sus supuesta ruta y en qué andaría, la especulación era nuestra difusión más potente.



PROPUESTA

ENUNCIADO

OBJETIVO

El objetivo de Falabella.com es llevar a cabo su iniciativa "Envíos en 24 hrs" hace ya un tiempo, pero en el 2022 comienza a potenciar realmente su rol de promover y potenciar ese pilar de la marca. Falabella.com, tiene un foco estratégico que se expresa en sus pilares; calidad, variedad y rapidez de envíos. El tema si bien es común en retail, se hace mucho más relevante cuando los emprendedores en Chile pueden ser partícipe de un marketplace tan grande y aprovechamos oportunidades como estas, en donde hacer lo posible por tomar la oportunidad y contingencia, terminando en un hito para la marca.

LA ESTRATEGIA INICIAL TENÍA COMO OBJETIVOS, GENERAR:

ALCANCE

- Con más de 32 millones de seguidores, se esperaba un alcance potente en cuanto a la difusión del mensaje para la marca
- Llegar a todos sus fanáticos, personas relacionadas al turismo, naturaleza y tecnología

Además:

- Generar awareness.
- interacción con la comunidad
- posicionar el envío en 24 hrs

TRÁFICO

- Generar nuevos seguidores al instagram de la cuenta
- Generar tráfico al sitio
- generar nuevos consumidores

GENERAR ENGAGEMENT

- El rol era generar engagement por medio del llamado que haría, el cual implicaba participar en un concurso

DESARROLLO EJECUCIÓN PLAN

falabella.com

DESARROLLO

Creamos una estrategia previa con Luisito comunica, en donde dejaríamos pistas de que algo estaba pasando con Falabella.com.



DESARROLLO

Luego abarcamos distintas plataformas digitales, redes sociales de la marca e influencer marketing, con la idea de crear una comunicación completa, potenciando uno de los pilares más importantes haciendo un envío a su hotel en menos de 24 hrs con variedad de productos, los cuales teníamos como objetivo potenciar a emprendedores Chilenos que tienen venta en el marketplace, promoviendo la venta, creando un concurso enfocado en sus fanáticos, en donde Luisito, comunicaba que elegiría sus favoritos en la marca y les dejaría su **#Luisitobox**, la misma caja que se llevó a su país, para que puedan disfrutar dejando un recuerdo en Chile



DESARROLLO



Les gusta a **estirado** y **14.882** más

falabellacom_cl [Concurso cerrado]

Nuestro amigo [@luisitocomunica](#) está visitando nuestro país 🇨🇱 y adivinen; ¡Pasó por falabella.com a escoger sus... más

Ver los 13.376 comentarios

luisitocomunica Yo quiero mi #LuisitoBox!!! 🙏🙏🙏🙏🙏🙏

3 de mayo · Ver traducción



Les gusta a **estirado** y **14,882** personas más

RESULTADOS

Este hito generó más de 10.000 seguidores nuevos en la cuenta, más de 12.000.000 likes en el post donde comunicamos el concurso en las redes sociales de la marca, notas de prensa que se sumaron a las notas que difundieron los medios de comunicación para dar la noticia de que se encontraba en Chile. Esto generó una ola de contenidos en redes sociales por parte de los seguidores, la comunidad en general y se volvió viral en poco tiempo, en donde los Chilenos fueron directamente a su instagram a comentar.



LLEGAMOS A
2.103.570
PERSONAS.



LOGRAMOS
12.621.421 IMPRESIONES



66.399
TAPS MARCA



1.952
TAPS #



11.118
SWIPE UP

COMO CONCLUSIÓN PODEMOS VER QUE EN LOS TRES PUNTOS IMPORTANTES QUE FORMARON PARTE DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL FUERON UN ÉXITO; ALCANCE, TRÁFICO Y ENGAGEMENT. EN CUANTO A ALCANCE, ESTE FUE LOGRÓ LLEGAR A 2.103.570 PERSONAS. RESPECTO A TRÁFICO, DESTACAMOS LA ELEVADA CANTIDAD DE TAPS EN MARCA, HASHTAG Y SWIPE UP, LOS CUALES DEMOSTRARON EL INTERÉS DE LAS PERSONAS EN CONOCER LAS RR.SS. DE FALABELLA.COM EN ESTA ESTRATEGIA. FINALMENTE, EN CUANTO A ENGAGEMENT, LAS INTERACCIONES LOGRADAS SE DESTACA DEBIDO A LA GRAN CANTIDAD DE SEGUIDORES QUE INTERACTUARON CON SU CONTENIDO.

GRACIAS

ALTA.
— COMUNICACIÓN —

La información contenida en esta presentación y material adjunto es CONFIDENCIAL
y NO puede ser usado o difundido por terceros.