



Categoría 14.2: Campaña de Influencers

Capítulo: General

Título: Un tweet de maravilla

Nombre de la compañía: Claro Chile

Departamento: Marketing

Personas responsables del plan de comunicación: Rodrigo Romero y Havas Group

INTRODUCCIÓN

Esta campaña ha sido creada para Claro Chile, filial de América Móvil, grupo líder en servicios integrados de telecomunicaciones con presencia en 25 países de América, Europa Central y del Este. En Chile, la compañía entrega servicios que responden a las necesidades de clientes residenciales, empresas y grandes corporaciones, a través de telefonía fija, soluciones móviles internet, televisión digital, servicios de Tecnología de la Información (TI), Internet de las Cosas (IoT) y datacenter.

En Claro constantemente estamos innovando y eso no deja afuera a nuestros canales de contacto digitales, donde siempre estamos generando maneras creativas de interactuar con nuestras comunidades a través de contenidos y personajes de su interés, en este caso, revisaremos una acción cuyo principal foco, es causar intriga mediante el uso de uno de los rostros más queridos de Chile.

PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA – ESTRATEGIA

El día 16 de noviembre se oficializó en nuestras redes sociales, que Alexis Sánchez AKA “El chico maravilla”, se unía a la familia de Claro, ante esto, quisimos sorprender a toda la comunidad digital, aprovechando el alcance que Alexis tiene en redes sociales de Twitter como Instagram, con una simple pero potente acción que dejaría a todos intrigados, tanto a personas como a medios de prensa.

Nuestra estrategia comunicacional, constó en crear una previa antes de liberar la novedad sobre la llegada de Alexis.

Objetivo:

Nuestro objetivo como empresa de telecomunicaciones, no solo es entregar productos y servicios tecnológicos, sino que parte de nuestra ambición es crear instancias novedosas, momentos de suspenso y otros ligados a ofrecer experiencias de interés para todos aquellos quienes quieran sumarse a nuestra red digital.

Medios utilizados:

- Redes sociales de nuestro influencer, Alexis Sánchez: Twitter e Instagram.

El desafío estratégico

Para dar marcha al plan, nuestro desafío como marca, fue encontrar una manera diferente de comunicar a todos la llegada de nuestro nuevo rostro. Sabíamos que teníamos que encontrar una forma, novedosa, atractiva y atrevida para hacer las cosas.

No es sorpresa que Claro siempre ha trabajado mano a mano con el deporte y con grandes deportistas, entonces nos surgió la pregunta ¿Cómo involucramos a todos en esta gran noticia, sin caer en clásico spot informativo?

Ante la gran incógnita encontramos la respuesta, tenía que hacerlo Alexis, dejando en sus redes sociales un mensaje enigmático, que funcionó de maravilla.

DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

El plan tenía que ser simple pero efectivo, debíamos generar una situación que desconcertara a todos por igual, que generara intriga y expectación. Para esto, plantamos la semilla de la duda a través de las redes sociales de Alexis, quien, mediante un simple Tweet y una historia en Instagram, logró movilizar a todo un país y no solo a las personas, sino que también a diferentes medios de prensa, para tratar de entender qué estaba pasando.

El mensaje decía:

“¿Alguna recomendación de compañía de teléfonos en Chile?.

Que me de minutos ilimitado, internet, acceso a películas, etc... Necesito algo seguro por años”.

Ante esto, los medios y las redes sociales quedaron atónitas.

RESULTADOS

Sin duda logramos mucho más de lo esperado, con la primera etapa comunicacional, generamos una conversación en Twitter que superó nuestras expectativas y con un presupuesto de **\$0 pesos**, ganamos notas de prensa de 12 medios digitales, monetizadas por un monto total de **\$8.720.000 pesos**. (Revisar detalle en documentación adjunta).

MEDIO DE PRENSA	FORMATO	VALOR
Diario El día	PubliNota	\$700.000
Publimetro	PubliNota	\$750.000
La Hora	PubliNota	\$750.000
Periodismo Chileno	PubliNota	\$700.000
ADN Radio	PubliNota	\$700.000
BioBio	PubliNota	\$850.000
Minuto D	PubliNota	\$700.000
Al aire libre	PubliNota	\$750.000
Red Gol	PubliNota	\$750.000
The Clinic	PubliNota	\$670.000
En Cancha	PubliNota	\$700.000
La Cuarta	PubliNota	\$700.000
TOTAL MONETIZACIÓN		\$8.720.000

También en solo 1 día logramos:

- La exposición del tweet la cuenta de Alexis, la que llega a +2.9M de seguidores.
- Y la historia también tuvo la exposición de los fans de Alexis en Instagram +15.8M.

También pusimos a Twitter de cabeza con teorías de los fanáticos de Alexis (Revisar documento adjunto del caso)

Así fue como exitosamente logramos plantar la incógnita previa a la gran revelación.