



ONEPAGE MES DE LA MUJER 2023

OVERVIEW

17 ABRIL 2023

La visibilidad de esta campaña se logró gracias a una completa gestión de PR en la cual abordamos distintos medios de comunicación vinculados directamente al interés femenino.

También contamos con un pool específico de celebridades mujeres que siendo un referente en sus comunidades digitales lograron comunicar la importancia de esta conmemoración desarrollando contenidos potentes e inspiradores que finalmente lograron transmitir el concepto y objetivo de la campaña.

Además, pudimos cerrar la comunicación dando a conocer el show gratuito de la artista nacional Francisca Valenzuela quien se presentó al finalizar la campaña en el mirador del Alto las Condes.

PUBLICACIONES EARNED + PAID MEDIA



SE OBTUVIERON

33

APARICIONES (WEB, PRINT, RR.SS.)

SE LOGRARON

10,9MM

IMPRESIONES POTENCIALES.

... Y OBTUVIMOS

\$42,5MM

EN RETORNO.

	IMPRESIONES	RETORNO	Nº NOTAS
PRINT	476.832	\$11.502.000	2
RRSS	484.442	\$4.214.781	5
WEB	9.940.844	\$26.863.001	26
TOTAL	10.902.118	\$42.579.782	33

PUBLICACIONES DESTACADAS

VALIENTES E INSPIRADORAS:
Alto Las Condes conmemora el Mes de la Mujer con campaña hecha solo por mujeres
 Durante 8 años, mall Alto Las Condes ha conmemorado a las mujeres durante marzo con inspiradores mensajes para visibilizarlas y promover su evolución a través de todas las facetas en las que se desarrollan.

TENDENCIAS
Valientes e inspiradoras: Alto Las Condes conmemora el Mes de la Mujer con campaña hecha sólo por mujeres

Por: T13
 21 DE MARZO DE 2023 - 11:56 HRS.

Miércoles 23 marzo de 2023 | 13:35
Valientes e Inspiradoras: Alto Las Condes conmemora Mes de la Mujer con campaña hecha solo por mujeres
 Publicado por Francisca Rivas
 La información es de Comunicación de Prensa

NOTICIA PATROCINADA patrocinado por: **ALTO LAS CONDES**

Alto Las Condes 2.632 vistas

OTONO SALE

y sigue disfrutando

Compra

LOS TRAPENSES

SHARED MEDIA



SE OBTUVIERON

15 STORIES
8 REELS



... CON LA PARTICIPACIÓN DE

07
 INFLUENCERS.

PERFILES	Nombre Real	NEGOCIADO	REALIZADO
@carolademoras	Carola de Moras	2 STORIES + 2 REELS	2 STORIES + 2 REELS
@karendtv	Karen Doggenweiler	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
@carito_arregui	Caro Arregui	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
@belen_soto	Belén Soto	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
@catalinaed	Cata Edwards	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
@soficfit	Sofía Cavallini	3 STORIES + 1 REEL	3 STORIES + 1 REEL
@jesusothers	Jesu Sothers	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
TOTALES	11 PERFILES	15 STORIES + 8 REEL	15 STORIES + 8 REEL

PRINCIPALES PUBLICACIONES



CAROLA DE MORAS



KAREN DOGGENWEILER



CARO ARREGUI



BELÉN SOTO



CATA EDWARDS

CONCLUSIONES

EARNED + PAID MEDIA

Para poder comunicar de manera exitosa esta campaña, se abordaron medios de comunicación vinculados a mujeres, marketing, tendencias, panoramas y música. Se realizaron dos comunicados de prensa, el primero para dar a conocer la campaña hecha por mujeres y el segundo para visibilizar el show gratuito de Francisca Valenzuela. Este último, ayudó a que las personas sigan conociendo las actividades que se hacen en el Mirador del Alto, descargar al App desde sus smartphome y visitar el mall con un propósito diferente más allá del acto de compra.

SHARED MEDIA

Para la campaña Mes de la Mujer contamos con un pool más reducido de influencers pero concreto. Tuvimos perfiles potentes y conocidos para masificar la comunicación como Carola de Moras y Karen Doggenweiler y perfiles entendidos y ligados a temas sobre la mujer como Belén Soto y Sofía Cavallini. Además, destacamos haber realizado 3 cápsulas que lograron al 100% transmitir el mensaje personal de las influencers y de la campaña. Este último punto es sin duda un "to do" para siguientes campañas.