

NOMBRE DEL CLIENTE.

TELMEX Argentina //
www.telmex.com/ar



DESCRIPCION DEL NEGOCIO.

Empresa de Telecomunicaciones.

RESUMEN DEL PROYECTO.

Telmex Argentina lanzó para el día de las madres 2008 la campaña interactiva para la Web “De Cacho para vos”, en la cual los participantes podían sorprender a sus madres con un llamado programado previamente desde un site. El objetivo era dar a conocer Telmex como una alternativa en el mercado de larga distancia. Generar un vínculo emocional que comparta los valores de marca (Cercanía, simplicidad, claridad) con el consumidor. Se buscaba conseguir una penetración online, haciendo hincapié en redes sociales y blogs.

www.decachoparavos.blogspot.com

REFERENCIA REFERENCIAS

Durante tres semanas se trabajó en el armado de la campaña. Se lanzó el día 7/10/2008 para finalizar el 20/10/2008. En esta campaña trabajó un equipo conformado por cuatro personas con una carga horaria de 6 horas diarias por persona.

OBJETIVOS Y PROBLEMAS CRITICOS DEL CLIENTE

Como problema crítico de Telmex nos encontramos con un consumidor NO deleitado pero fidelizado por su proveedor de telecomunicación (altas barreras de ingreso). Un segmento que no conocía las alternativas disponibles en el mercado. No conocían Telmex.

APROACH AL PROYECTO

El contrato consistió en realizar el posicionamiento, branding, tráfico y contenido 2.0 de la campaña “Telmex día de la Madre 08”. De esta manera el Blog “De Cacho para Vos” hizo presencia en las principales redes sociales, buscadores, foros, blogs y espacios de participación ciudadana, otorgándole un valor agregado de fidelización a los participantes y a la campaña.

ENTREGABLES

Durante la campaña se realizaron:

- El alta de un blog “De Cacho para vos” con eje en Carlos “Cacho” Castaña y el día de la madre.
- El alta de un perfil en Facebook, con el armado de un grupo, una página de fans y contenido.
- El alta de un perfil en Fotolog, con el armado de un grupo y contenido.
- El alta de un perfil en Flickr, con el armado de un mural y contenido.
- El alta de un perfil en YouTube, con el armado de un canal y contenido.
- Armado de templates comunicacionales, comunicado de prensa y contenido especializado.

RESULTADOS/BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

Los resultados cuantitativos fueron muy positivos, el sitio principal arrojó más de 110 mil visitas únicas (branding) y unos 20 mil llamados interactivos fueron programados por los usuarios.

Datos Blog (10mil visitas únicas, 11 posts, 49 comentarios) // **Datos Facebook** (300 amigos, 378 fans) // **Datos Flickr** (170 amigos, 150 fotos en mural) // **Datos Youtube** (170 amigos, 4 videos, 2500 views)