

Lanzamiento Nueva Web Corporativa de Pan American Energy

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:

Categoría 16: Campaña Web

Título del programa:

Campaña de Lanzamiento Nueva Web Corporativa de Pan American Energy

Nombre de la compañía o institución:

Pan American Energy

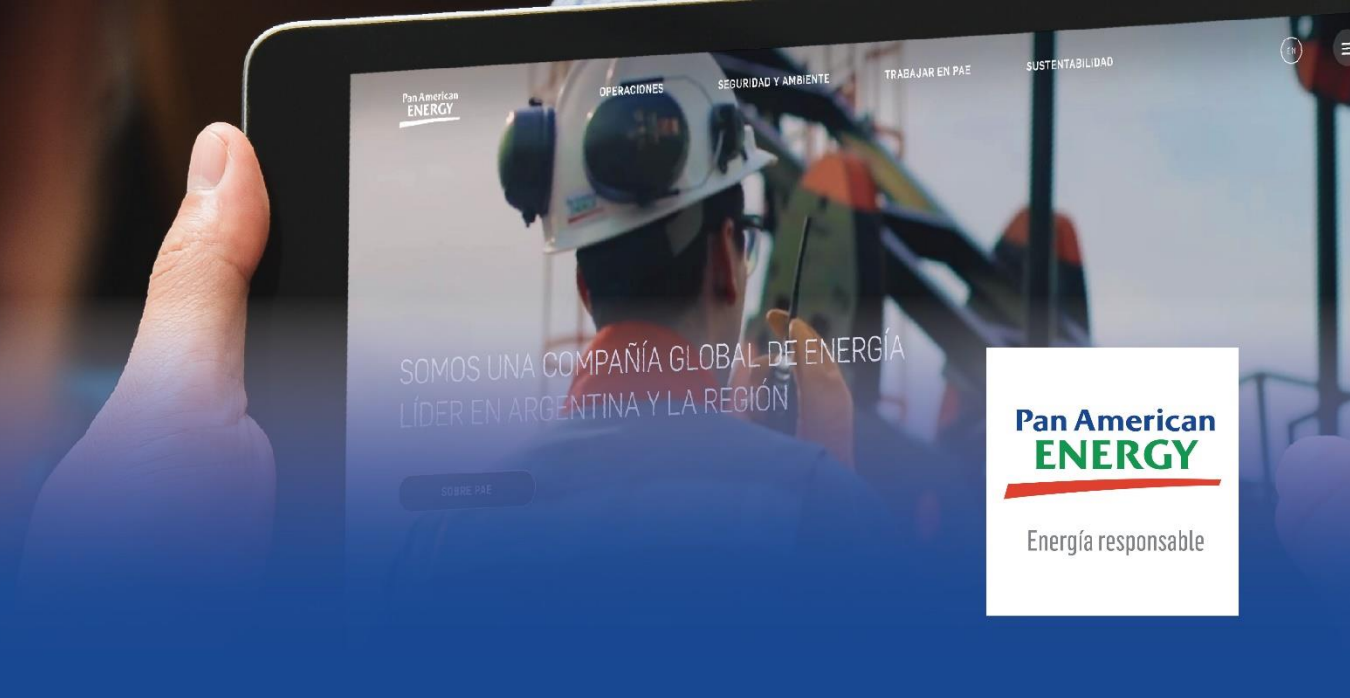
Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:

- Vicepresidencia de Relaciones Institucionales
- IT

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

- Daniel Felici, Vicepresidente de Relaciones Institucionales
- Martín Ancarola, Gerente de Comunicaciones Externas
- Ana Karina Zenklusen, Líder de Comunicación Institucional
- Anabella Castillo, Analista de Comunicación Institucional





SOBRE PAN AMERICAN ENERGY

Pan American Energy (PAE) es una compañía global líder de energía en Argentina y la región. Es el principal productor, empleador e inversor privado de la industria con presencia en Argentina, Bolivia, México, Uruguay y Paraguay. En la región, desarrolla yacimientos de petróleo y gas convencionales, no convencionales, onshore y offshore; posee oleoductos, gasoductos, terminales de petróleo y productos derivados de hidrocarburos; produce energía eléctrica y participa en el sector de energías renovables.

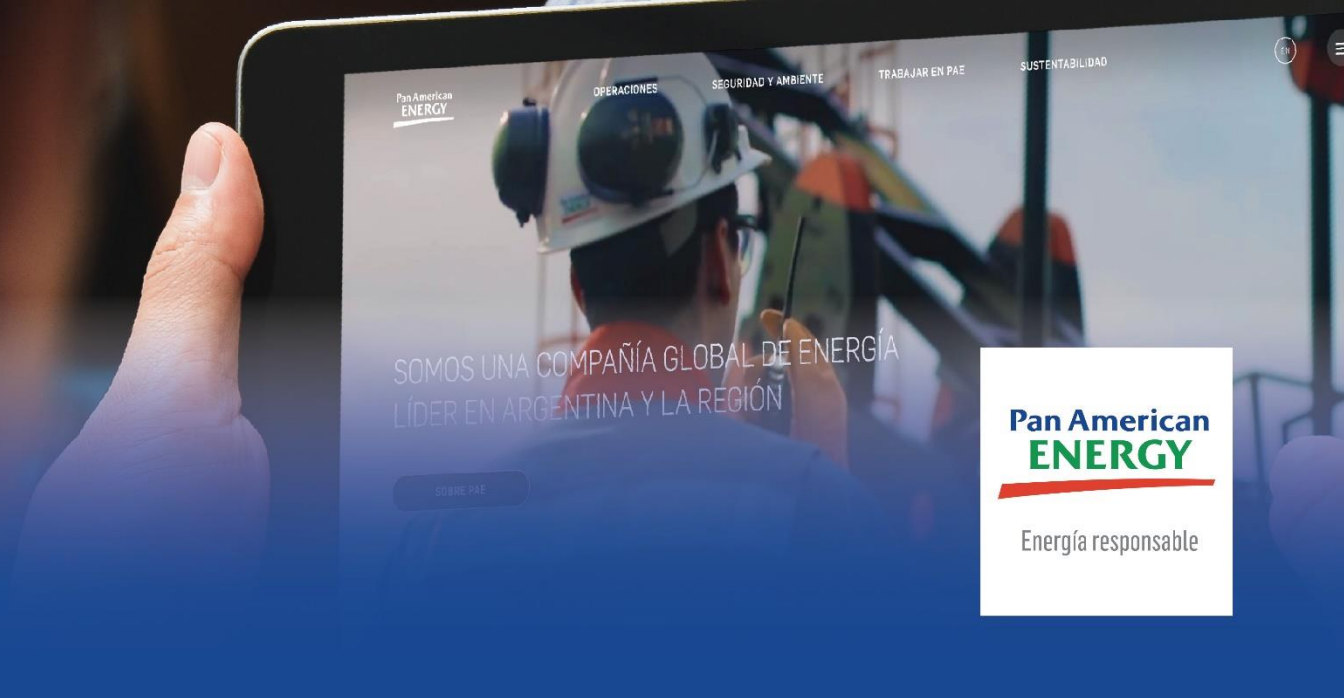
En el segmento del downstream, opera la refinería más moderna de Sudamérica, ubicada en Campana, en provincia de Buenos Aires. Allí, ha culminado el proyecto de ampliación y modernización más importante del sector en los últimos 30 años. En el retail, comercializa combustibles, a través de la marca AXION energy, y lubricantes, a través de la marca Castrol, en sus más de 725 estaciones de servicio. Fue la primera compañía en ofrecer la carga para autos eléctricos en el país, lanzar el combustible premium Quantum y el nuevo diésel X 10. También, abastece a las industrias de la aviación, la marítima, el agro y el transporte y elabora productos para uso petroquímico.

La compañía promueve programas que mejoran la calidad de vida de las comunidades cercanas a sus operaciones y la creación de vínculos sólidos y de largo plazo. Durante 2020, alcanzó a más de 550.000 personas con sus 140 programas de sustentabilidad.

Nueva página web PAE

Durante 2020, Pan American Energy (PAE) renovó su canal digital www.pan-energy.com para llegar a nuevos públicos de forma atractiva e inmersiva, potenciar el vínculo con las audiencias habituales y mostrar eficazmente su desempeño, entre otras facetas clave.

Entendiendo a la web de PAE como uno de sus activos digitales más valiosos, la estrategia estuvo enfocada en mejorar la comunicación y renovar la usabilidad y accesibilidad, haciéndola más visual, eficaz, rápida e interactiva. La preferencia por los contenidos audiovisuales, el diseño minimalista y la aplicación del lema “menos es más”, definieron la estrategia para difundir mensajes con practicidad y amenidad.



La credibilidad y la transparencia que aporta aplicar el refrán “Una imagen vale más que mil palabras” han incrementado la permanencia de los visitantes en la web corporativa; en consecuencia, creció el posicionamiento de temas fundamentales para PAE: su liderazgo en la producción de energía; sus estándares de seguridad, el cuidado medioambiental y la gestión; su marca empleadora, para atraer talento, y sus programas con las comunidades.

La comodidad del usuario, la naturalidad en el flujo de la información, la optimización de la jerarquía de los contenidos y el fortalecimiento del SEO y SEM maximizaron la utilidad del canal con el que PAE abre sus puertas al mundo.

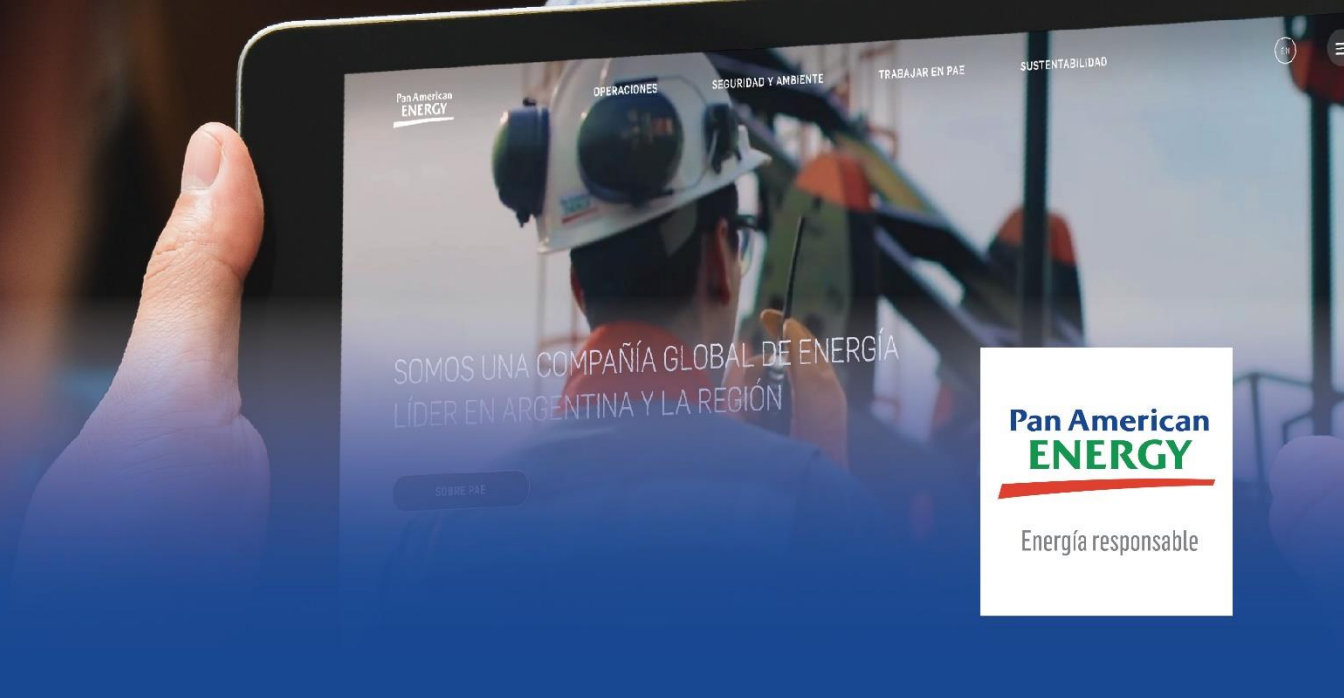
El nuevo portal, lanzado el 28 de diciembre de 2020 tras ocho meses de trabajo, cuenta con valor agregado para dos públicos estratégicos que requieren información e interacción:

1. El micrositio “Trabajar en PAE”, para atraer a profesionales del sector, uno de los más competitivos en la contratación de talento.
2. La renovada sección de Sustentabilidad y la nueva sección “Programa Pymes”, para el desarrollo del entramado productivo y empresarial de las regiones en las que PAE tiene operaciones.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES:

- Capturar la atención de públicos diversos y nuevos stakeholders mediante una web de diseño minimalista y alto impacto visual que contiene videos breves descriptivos de: las operaciones de PAE (upstream, downstream y energía eólica), su presencia internacional, el modelo de gestión, la cultura de seguridad (operativa y ambiental), el posicionamiento en el sector, la política de Recursos Humanos y las acciones que contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Atender mejor a las necesidades informativas, de contacto e interacción con postulantes a empleos, pymes, empleados, proveedores e inversores.
- Aplicar el pragmatismo comunicacional y la economía del lenguaje.
- Ponerse a la vanguardia digital de la navegabilidad y el diseño.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

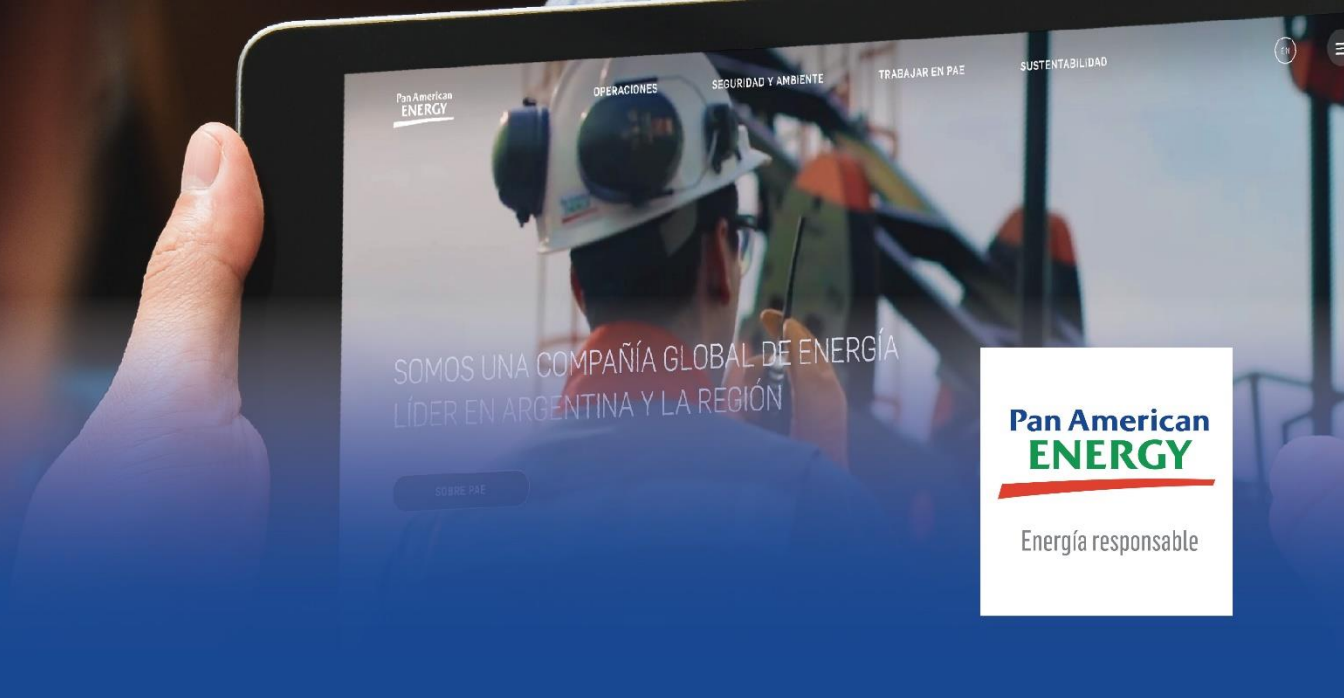
- Aumentar la permanencia de los usuarios.
- Mostrar, de una manera más cercana, a la industria energética, acostumbrada a comunicar de forma distante, conservadora y tecnicista.
- Proyectar una imagen corporativa límpida, atractiva.
- Priorizar necesidades informativas de los usuarios sobre las de la empresa.
- Ordenar los contenidos y simplificar la navegación con la reducción del scroll.
- Acelerar la velocidad de carga y llevar a primera línea la funcionalidad en los dispositivos móviles.
- Alinear la identidad de marca del canal digital a los manuales de marca editorial y audiovisual.

PÚBLICOS

- Público general
- Talentos de la industria: ingenieros, geólogos, geofísicos y afines
- Comunidades y pymes
- Medios de comunicación y líderes de opinión
- Inversores
- Clientes
- Autoridades nacionales y provinciales
- Referentes de la sustentabilidad y la RSE
- Proveedores
- Empleados y sindicatos
- Industria de la energía
- Cámaras y asociaciones profesionales

ESTRATEGIA E IMPLEMENTACIÓN

La estrategia de la nueva web se basó en una arquitectura eficaz, con nuevos recorridos temáticos (secciones y microsítios); contenidos breves, predominantemente audiovisuales; la mejora del SEO y de la experiencia del usuario (UX); la interactividad y el formato responsivo, así como el diseño a tono con la “personalidad” de PAE, su identidad de marca y la vanguardia.



El minimalismo facilitó destacar lemas y datos, menos palabras: solo lemas y la apreciación de imágenes a pantalla completa.

Otro aspecto relevante es la seguridad en la protección de datos: cuenta con mecanismos de las plataformas de Microsoft y propios de PAE. Tiene certificado SSL con protocolo HTTPS y consentimiento doble de envío de datos (doble-optin). Además, la nueva web no utiliza cookies.

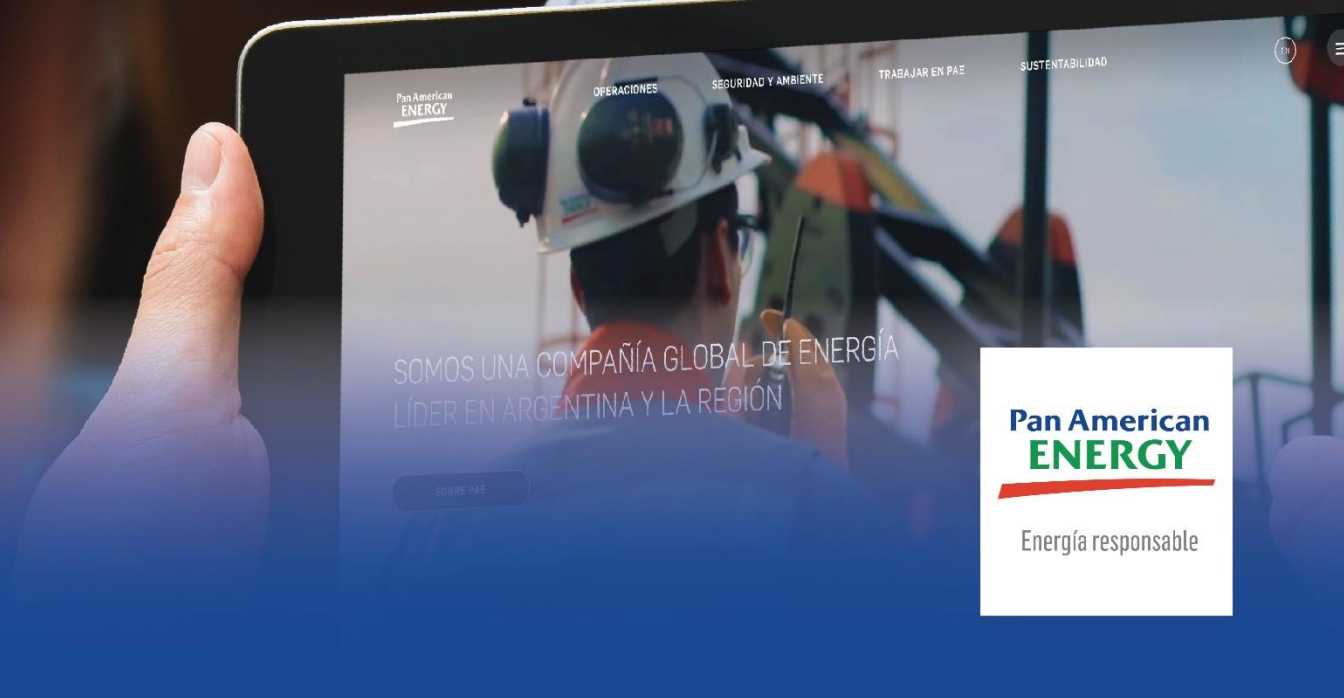
En respuesta a estos lineamientos, la web contiene cinco secciones principales con subsecciones en las versiones en español e inglés:

1. **La página de inicio (home)** (About PAE con vínculo a Our History).
2. **Operaciones** (Upstream, Downstream, Renewable and Operations Management Model MGO).
3. **Seguridad y el ambiente.**
4. **Trabajar en PAE** (que lleva al micrositio para atraer talento).
5. **Sustentabilidad** (que incluye el vínculo a PAE SMEs Program).

La sección **Novedades** está en la versión en español. Proporciona noticias sobre PAE y cuenta con hemeroteca, en la que se pueden hacer búsquedas por tema y por palabra. “Novedades” permite destacar noticias en otras secciones de la web. Los contenidos más atemporales de cada sección temática ganan en actualidad; por ejemplo, con convocatorias a becas, nuevas inversiones, etc.

La reorganización guía mejor la navegación y la simplifica; por ejemplo, se quitaron apartados duplicados como “Sala de Prensa”, que pasó a formar parte de “Novedades”, a su vez, permite destacar estas novedades en diferentes secciones de acuerdo con la temática. Las redes sociales fueron priorizadas para comunicar la información de actualidad, que, en “Novedades”, adoptó el estilo de comunicado de prensa.

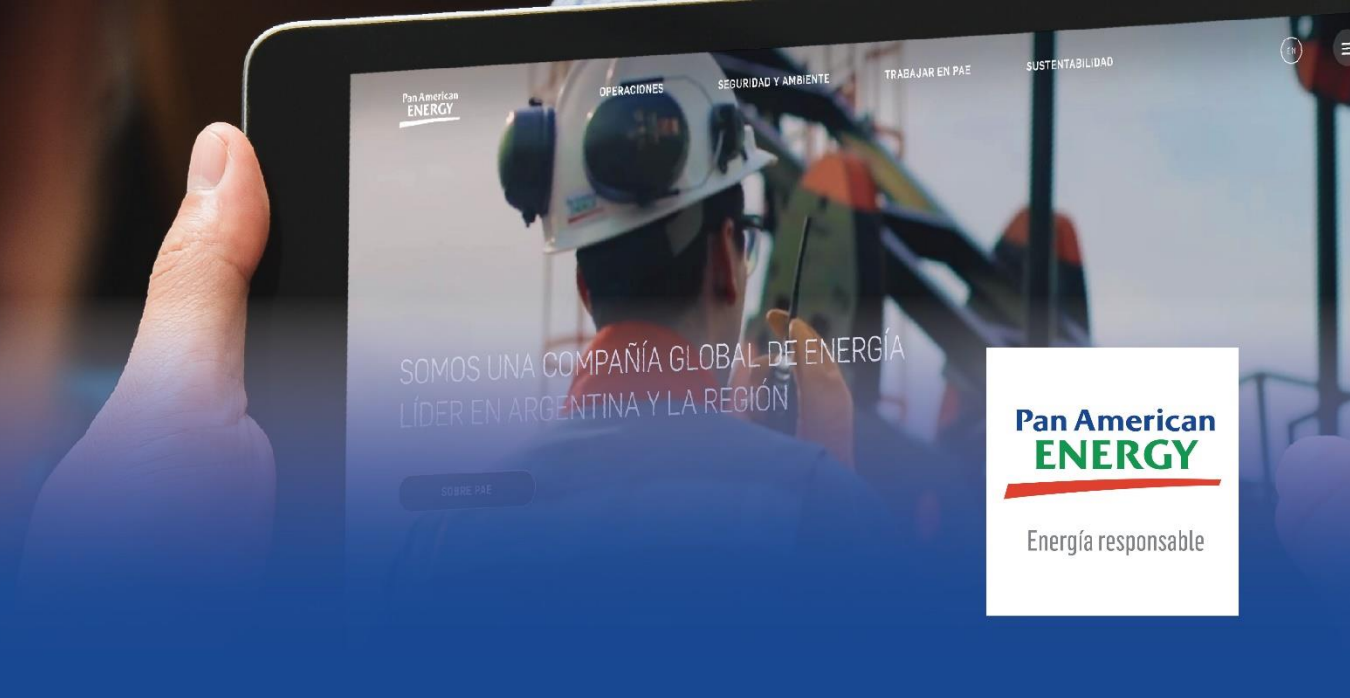
Las nuevas secciones y micrositios facilitan la autogestión en respuesta a necesidades de usuarios específicos:



- **Candidatos a empleos:** el micrositio permite buscar vacantes, inscribirse para recibir avisos de convocatorias laborales, cargar el currículum, inscribirse a pasantías, ver videos sobre la empresa, etc. Trabajar en PAE fue creado porque el año previo, cuando era una sección, había recibido el 10,39% de las visitas a la web; fue la tercera más visitada después de la página de Inicio y Proveedores. Ese dato mostró la relevancia suficiente para tener entidad en sí misma y brindar una UX diferente.
- **Pymes que desean participar del programa:** pueden contactar con el equipo de gestión, seguir la fanpage de Facebook del Programa Pymes PAE, además de contar con información sobre resultados de este y sus líneas de trabajo.
- **Proveedores:** las empresas pueden postularse; acceder a la plataforma de autogestión administrativa de los proveedores registrados, los contratistas y los clientes; también brinda documentación. En 2020, la página Proveedores había sido la más visitada después de la página de inicio, acumulaba el 15% de las visitas a la web de PAE; por eso, se detectó la necesidad de mejorar sus prestaciones.
- **Inversores:** facilita el acceso a los documentos del programa de Obligaciones Negociables. Esta sección la administra el área de Comunicación.
- **Empleados:** permite acceder al mail corporativo, información sobre los programas y convocatorias y a los servicios de documentación.

La infografía “Nuestra historia” también tiene sección propia, simplificada, para reforzar la difusión de la evolución de PAE.

La estrategia incluyó un importante trabajo de SEO como la inclusión de palabras clave en títulos; la definición de URLs; tags temáticos de imágenes y texto; contenidos de calidad y enlaces entre páginas usando anchor text.



ESTRATEGIA AUDIOVISUAL

En 30 minutos, un visitante de la web puede conocer a PAE a fondo y de forma amena (los videos temáticos tienen una duración promedio de un minuto).

Operaciones:

- 4 videos sobre upstream describen las operaciones en cuencas hidrocarburíferas. El trabajo consistió en adaptar los videos a los lineamientos de la nueva web: se renovó su estética, se redactaron y locutaron guiones, fueron editadas las secuencias y se actualizó la banda sonora.
- 1 video nuevo para downstream sobre la refinería Campana, la más moderna de Latinoamérica.
- 4 videos motion graphic sobre energías renovables creados para una campaña de comunicación sobre el negocio de energía eólica. Para ver los videos haga clic aquí.
- 1 video actualizado sobre el Modelo de Gestión de Operaciones.

Seguridad y el ambiente:

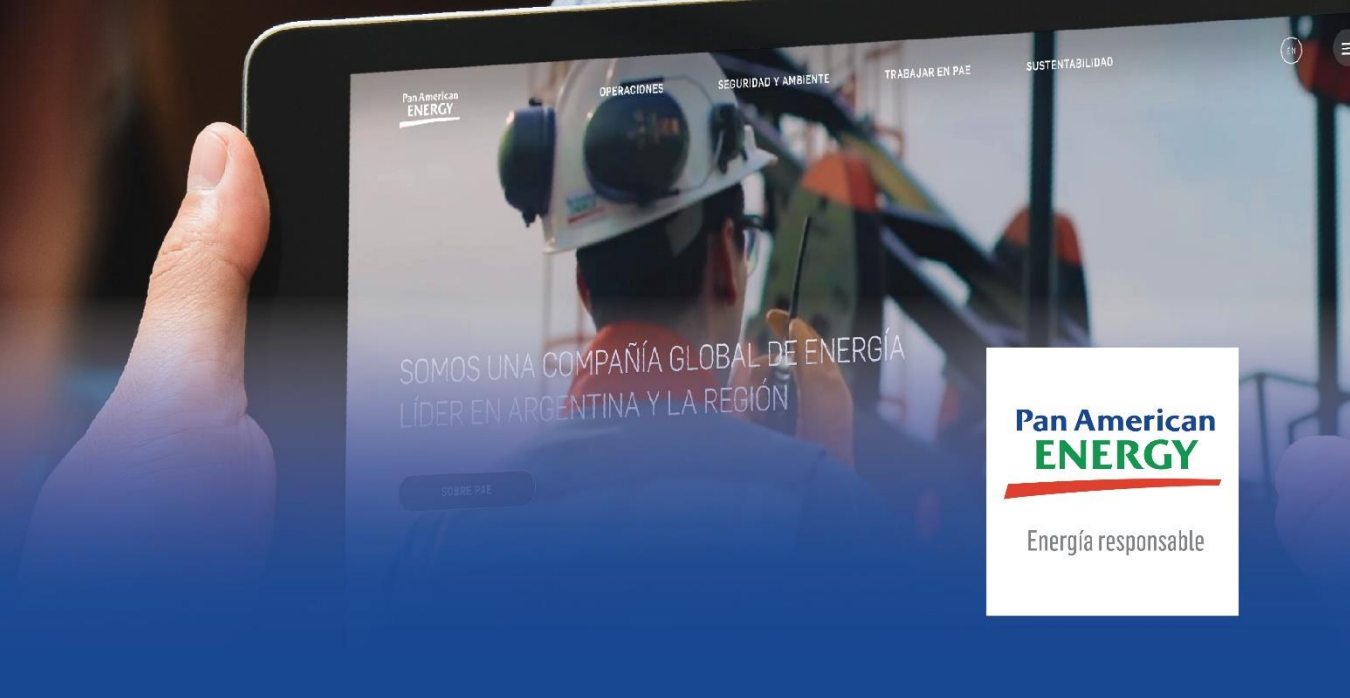
- 1 video actualizado sobre la cultura de seguridad.
- 1 video actualizado sobre la gestión ambiental.

Trabajar en PAE:

- 1 spot publicitario creado por la agencia Grey (formó parte de una campaña integral de promoción de PAE).
- 1 video sobre la fortaleza de ser una empresa integrada (formó parte de una campaña publicitaria tras la fusión de PAE y AXION energy).
- 1 video nuevo sobre la promoción del bienestar de los empleados.
- 1 video nuevo sobre el programa de formación Jóvenes Profesionales.

Sustentabilidad:

Consiste en 10 videos motion graphic nuevos, desarrollados para una nueva campaña de comunicación. El desafío fue generar la empatía de los públicos clave frente a temas de importante valor como la capacitación a profesionales de la salud, becas para finalizar estudios



universitarios, la prevención del dengue, la mortalidad infantil, la prevención de adicciones en los jóvenes, la asistencia a pymes y las capacitaciones a docentes. Por ello, son videos animados, que facilitan un alto grado de recordación.

- 1 sobre los principios de sustentabilidad de PAE, sus cuatro ejes de acción y los resultados.
- 3 videos de los programas de Educación y Cultura
- 4 videos de los programas de Salud.
- 1 video de los programas de Desarrollo Local
- 1 video de los programas de Ambiente

Los videos conviven con recursos de animación y diseño sobre las secciones, como elementos flotantes o apilados, que contienen información concreta.

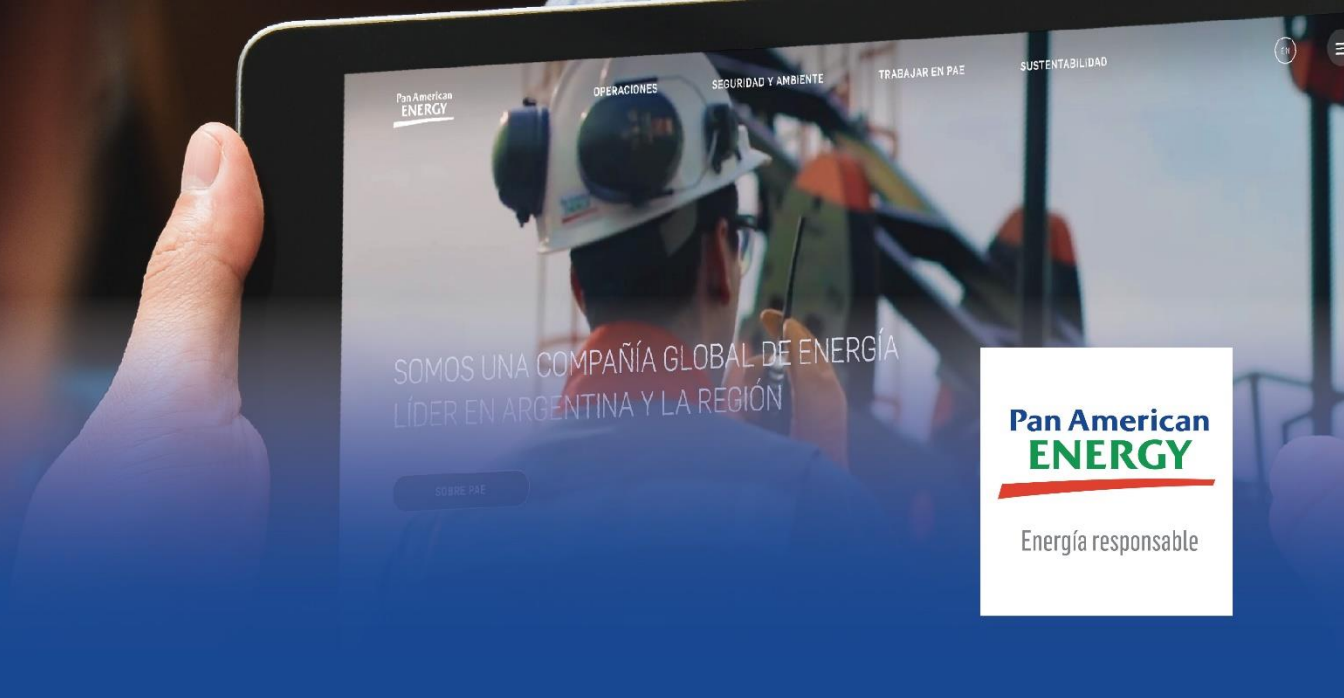
El cambio integral de la web fue un desafío en el contexto de la pandemia, que modificó la dinámica y las técnicas de trabajo de PAE y las empresas colaboradoras: Animal Studio, Ninja Clan y Face to Face. A esto se agregó la adaptación a la cuarentena del modelo de coordinación con los equipos multidisciplinares de Comunicación Institucional, IT, Marketing, Sustentabilidad, Recursos Humanos y las áreas de negocio de PAE, para sus aportes de contenidos, la supervisión y la aprobación de estos.

LA OPTIMIZACIÓN DEL SEO

Se hizo hincapié en que la programación y los textos de la web se posicionaran en los buscadores, teniendo en cuenta que [las URLs](#) de los apartados cambiarían.

Entre los conceptos SEO, que fueron trabajados con la Agencia Files, se tuvo en cuenta:

- 1) Que cada página dispusiera de una URL sin parámetros dinámicos (mantener las URLs del website anterior).
- 2) El uso de guiones medios para separar palabras en la URL.



- 3) La denominación de las fotos con nombres amigables (ejemplo: logo-pae.jpg) y un alt tag personalizado.
- 4) Que cada página contara con el tag title del header personalizado y una meta description de dicho header.
- 5) La superación del mobile test tool de Google.
- 6) El uso de Google site speed para reducir el tiempo de carga.
- 7) La creación de páginas específicas dentro del árbol del sitio para términos clave.

RESULTADOS DE DESEMPEÑO DE LA WEB

Resultados acumulados en enero y febrero 2021:

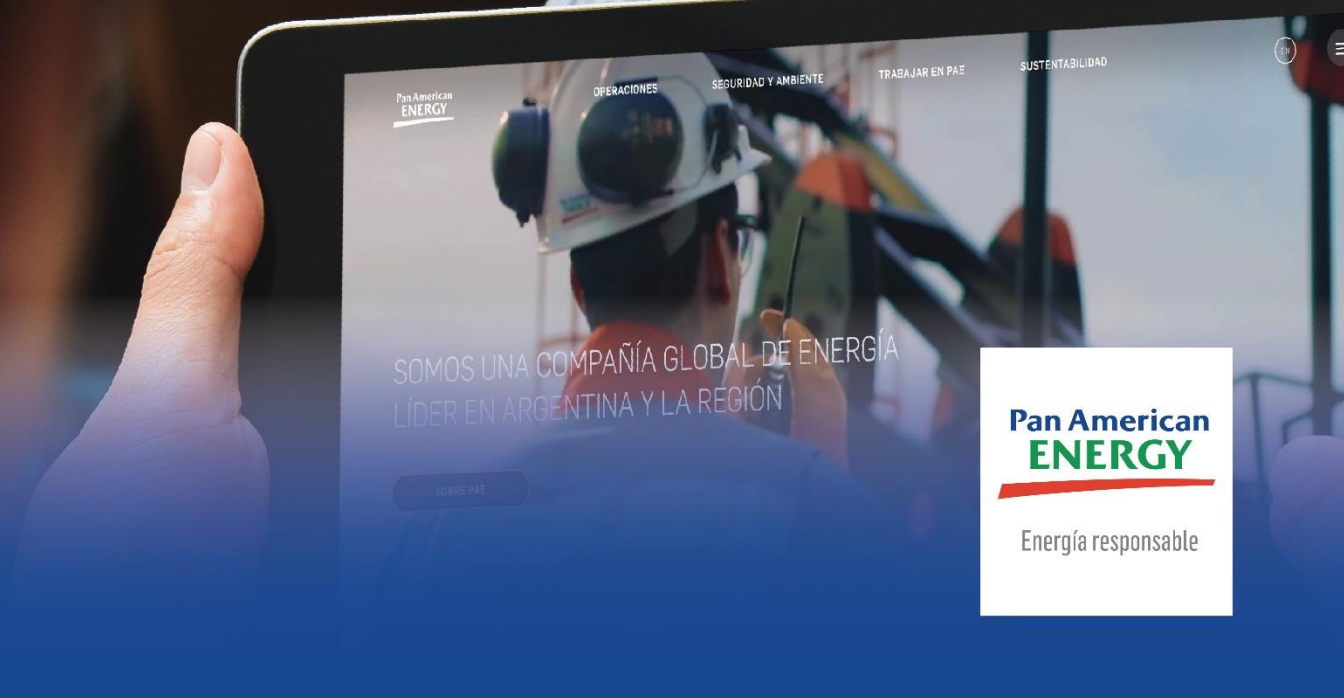
- Usuarios = 61.714 (5 veces más que en 2020) y el 57% ingresó por primera vez.
- Sesiones: 80.428 (seis veces más que en 2020).
- Rebote: 72% (en 2020 era del 82%).
- Duración de la sesión: 1 min 18 s (en 2020 duraba 1 min 02 s).

Funcionalidad, desempeño, estructura, cascada

El tiempo de descarga se redujo 8,36% (pasó de 0,34 segundos en enero 2020 a 0,31 en enero 2021), mejorando la experiencia del usuario.

Con respecto a la navegación, el redireccionamiento mejoró 70,27% (en 2020 insumía 0,37 segundos, en 2021 disminuyó a 0,11 segundos); en consecuencia, mejoró el ranking orgánico.

También fue un acierto poner especial atención al formato responsivo, los accesos desde celulares aumentaron 40,4% en febrero de 2021 en comparación con febrero de 2020. Para en el primer bimestre de 2021, el 50% de los accesos provenían de celulares.



El nuevo micrositio "Trabajar en PAE" demostró su utilidad:

- De las 29.734 sesiones iniciadas en esta landing, el 75% de los usuarios realizaron alguna interacción; es decir, el micrositio les resulta interactivo y cumple con lo que buscan y esperan encontrar. Otro dato llamativo es que el 98% de los usuarios de "Trabajar en PAE" son nuevos y regresan tres veces, en promedio, luego de la primera visita.
- Crear el micrositio fue una estrategia útil para el posicionamiento SEO porque genera una URL más que indexar de parte de los buscadores.
- El micrositio aportó otra ventaja: las áreas de Comunicaciones Externas y Recursos Humanos ahora pueden consolidar información para potenciar acciones de marca empleadora.

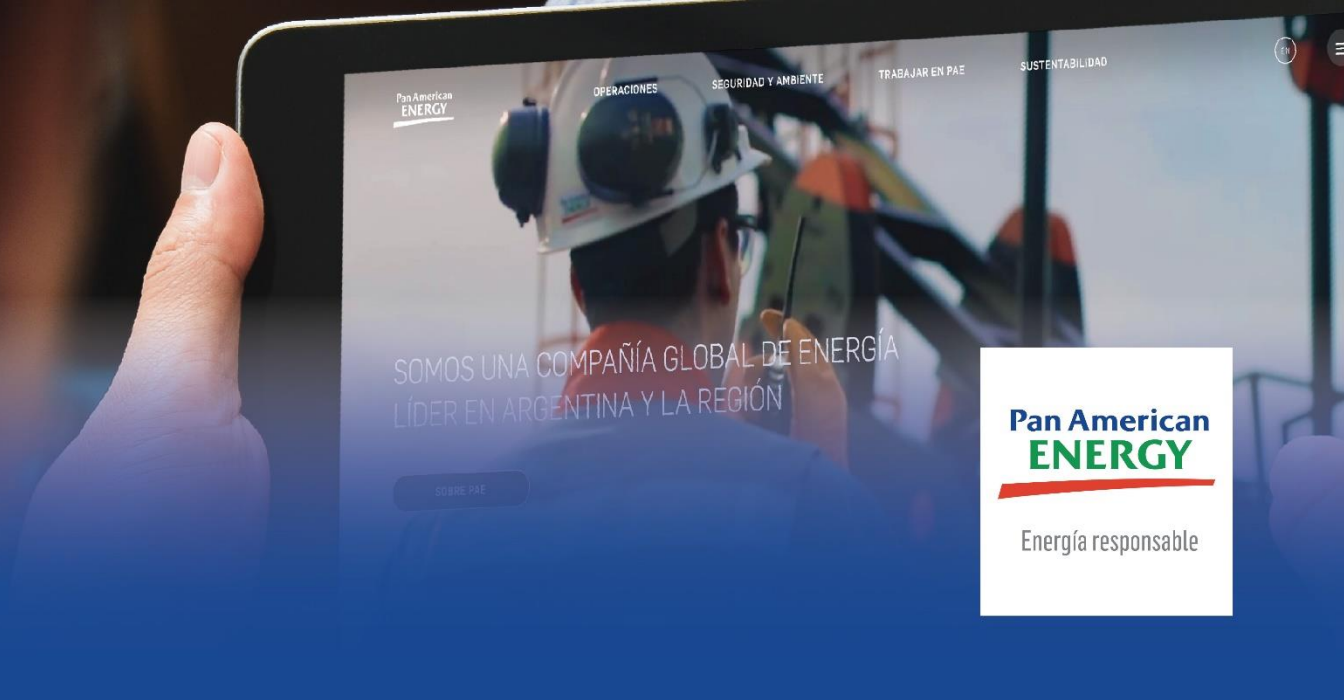
CAMPAÑA DE LANZAMIENTO

Con el fin de dar a conocer la nueva web de PAE, la campaña externa de lanzamiento y promoción de la nueva web tuvo lugar desde el 28 de diciembre de 2020 y durante enero de 2021, en las redes sociales, donde se integraron la pauta publicitaria y la comunicación orgánica durante un mes. Se utilizaron seis piezas, posteadas en 36 publicaciones con los hashtags #EnergíaResponsable, #SomosPAE y #HoyMásQueSiempre.

Las publicaciones obtuvieron 3.037.669 impresiones; se llegó a 1.811.898 usuarios y se registraron 46.293 clics en el hipervínculo.

Así se comunicó la transformación del sitio web, invitando a conocer mejor a PAE gracias a los videos y el recorrido amigable de las secciones.

Por su parte, la campaña de comunicación entre los empleados se efectuó en la red social corporativa Yammer y el newsletter de noticias, para hacerlos partícipes del cambio.



RESULTADO DE LA CAMPAÑA

Resultados totales

- 6 piezas publicadas
- 3.037.669 impresiones de los posteos
- 1.811.898 usuarios alcanzados
- 46.293 clics en el enlace
- \$ 148.901,44 invertido

Pieza Upstream

- 362.042 impresiones
- 286.273 usuarios alcanzados
- 5.326 clics en el enlace
- \$ 20.877,36 invertidos

Pieza energía

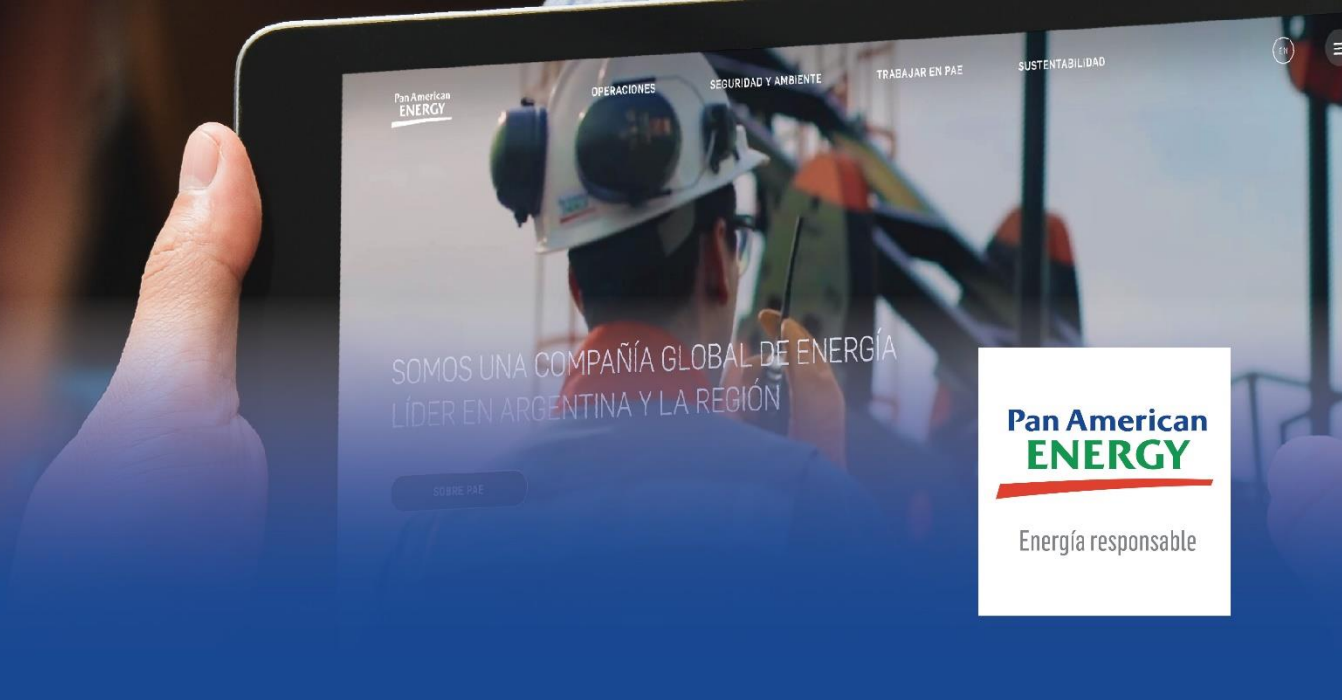
- 437.150 impresiones
- 292.447 usuarios alcanzados
- 991 clics en el enlace
- \$ 17.996,94 invertidos

Pieza Sustentabilidad

- 485.539 impresiones
- 267.711 usuarios alcanzados
- 14.137 clics en el enlace
- \$ 26.822,26 invertidos

Pieza Trabajar en PAE

- 601.331 impresiones
- 350.937 usuarios alcanzados
- 10.880 clics en el enlace
- \$ 27.064,64 invertidos



Pieza Programa Pymes

- 751.293 impresiones
- 380.047 usuarios alcanzados
- 8.912 clics en el enlace
- \$ 29.550,23 invertidos

Pieza Energía Eólica

- 400.314 impresiones
- 234.483 usuarios alcanzados
- 6.047 clics en el enlace
- \$ 26.580,01 invertidos