

Globant COUNCIL OF Igniters

Categoría: Campaña de influencers - 14.2

Capítulo: Internacional

Título del programa: Council of Igniters

Nombre de la compañía: Globant

Departamento: Marketing y Comunicaciones

Responsable del plan de comunicación: Valeria Abadi



La **búsqueda constante de reinventarnos** nos lleva a lugares genuinamente diferentes, que nos empujan hacia horizontes que, en muchos casos, ninguna industria se ha atrevido a explorar. Esta chispa característica convive en todas nuestras iniciativas y, esta vez, nos llevó nuevamente a salir de la zona de confort, detectar qué nos hace falta incorporar, y **crear los espacios necesarios para que suceda la magia.**

Globant ▶

¿De dónde **partimos**?

Explorar la **diversidad generacional** es un nuevo pilar dentro de Globant, porque creemos que, cuando dos personas se unen para resolver un problema y pueden poner en común sus experiencias, idean soluciones más innovadoras. Cada mente trae contextos y prácticas distintas, perspectivas vitales y diferentes. Apostamos y sabemos que cuando las nuevas y viejas generaciones trabajan juntas, pueden crear puntos de vista más útiles, sobre todo en estas épocas de rápidas y constantes transformaciones tecnológicas.

Así es como llega: "**Council of Igniters**", el primer consejo asesor externo de Globant formado por influencers centennials. Una iniciativa clave para seguir reinventando la compañía, que nos mantiene relevantes frente al talento global y nuevos competidores, y nos permite continuar siendo facilitadores en la transformación de nuestros clientes como de nosotros mismos.



Objetivos de la **iniciativa**

- Incorporar la mirada joven sobre nuestras acciones internas para mejorar el engagement con los empleados.
- Consolidarnos como una empresa disruptiva e innovadora mejorando la reputación frente a clientes, líderes de opinión, y periodistas.
- Aumentar el reconocimiento de marca en audiencias jóvenes para mejorar el atractivo de trabajar en Globant.
- Revisar y generar iniciativas de impacto relacionadas a las temáticas clave seleccionadas.

Nuestra **propuesta**

Desde el **miércoles 17 al 19 de agosto de 2022**, el Council fue recibido en las oficinas de Buenos Aires para tener una inducción a la compañía, conocer los principales proyectos en los que trabaja Globant, así como enriquecedoras sesiones de trabajo relacionadas a temáticas clave: **sustentabilidad, cambio climático, educación, diversidad e inclusión, y propósito/empleo.**

En ese marco, se generó una estrategia de comunicación que incluyó tanto canales tradicionales de PR, como publicaciones en todas las plataformas digitales.

Los influencers hicieron una **cobertura en redes sociales** del consejo, difundieron con voz propia los principales diferenciales de Globant y aportaron una conversación fresca sobre los tópicos seleccionados para esta edición.

A su vez, equipos de prensa y redes sociales generaron una cobertura editorial de las dos jornadas para obtener los principales highlights de la iniciativa y generar mayor interés en los medios de comunicación y público general.



¿Quiénes conformaron el primer Council of Igniters?



SCARLETT RUEDA México

Pilar: Diversidad e Inclusión
Tiene la **serie sobre LGBTIQ+ más vista de México**. Youtuber reconocida. Host en **Nickelodeon Kids' Choice Awards 2016**.



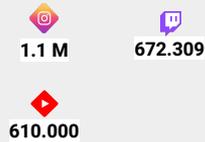
TOM FILHO Brasil

Pilar: Arte
Fotógrafo y personalidad, conocido principalmente por sus **videos publicados** en las cuentas de TikTok e Instagram. **Logró llegar a Disney en Art Attack**.



LAUTARO SAINA Argentina

Pilar: Música y Gaming
También conocido como el **"futuro del rap"** y con tan **solo 17 años**, ya es reconocido **en la escena de freestyle argentina**.



SOY FIRA Colombia

Pilar: Arte y Tech
La **primera cripto-artista colombiana**. Llevando diseños a J Balvin, revistas y seleccionada para incursionar **NFT en Instagram LATAM**.



PLUGO Chile

Pilar: Gaming
Jugador profesional de League of Legends. Miembro de Globant Emerald Team.



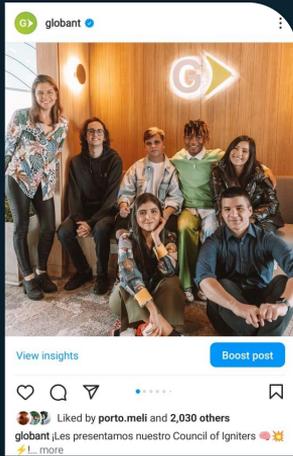
Council of Igniters: **Recap en números**

Solo en la primera semana, contamos con:

- La representación de **5 países** de América: México, Argentina, Chile, Brasil, y Colombia.
- **+60.000** interacciones
- **+500.000** video views
- **6,2%** de interacción sobre el total de publicaciones
- **28** publicaciones cross Latam
- **21%** en medios *Tier 1*
- **+16M** reach
- **+50%** de las notas menciona a Globant en el título
- **Hasta 30%** ER en redes sociales



Resultados: **Redes Sociales**



53.8K
Cuentas
alcanzadas
49K Vistas



7.1K Impresiones
592 Interacciones
8.32% ER



96.4K Impresiones
29.3K Interacciones
30% ER



63.8K Impresiones
21 Interacciones

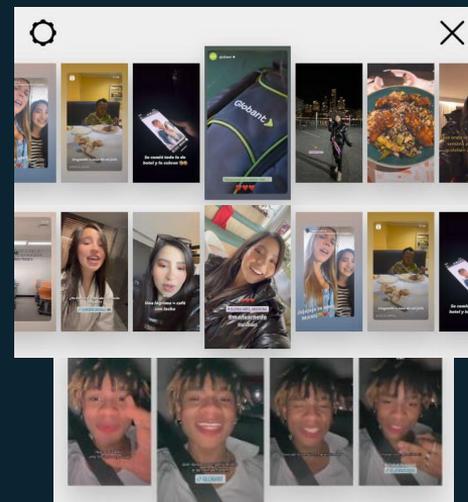
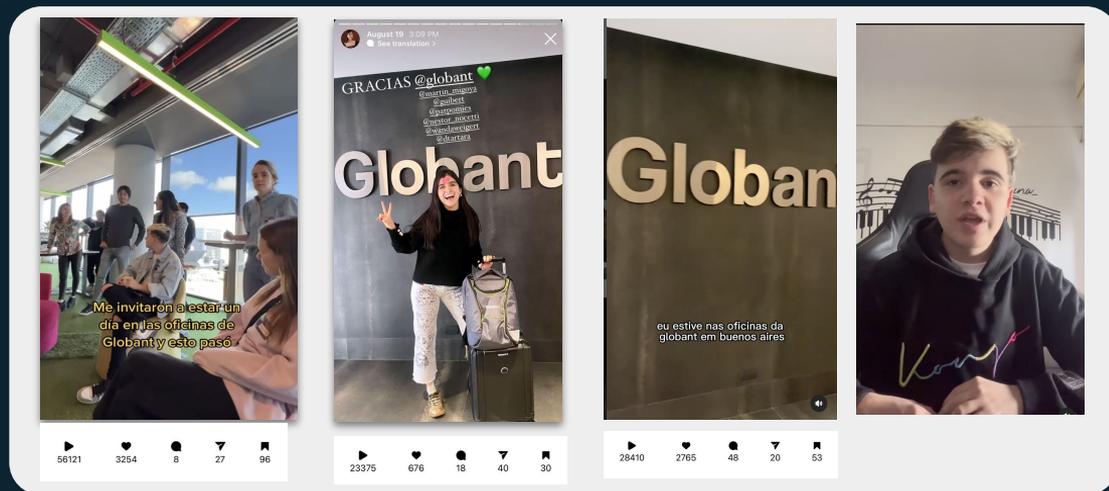


23K Impresiones
57 Interacciones

La cobertura del Council logró una repercusión por encima de la media en redes sociales propias.

- Este promedio mensual con posts nativos superiores. Impresiones por posteo: 18K. Interacciones por post: 2K.
- Quitando los posts más destacados por mes, la media es la siguiente: Impresiones: 7.7k. Interacciones: 400.

Social Media Highlights - Influencers



SCARLETT

56K Reproducciones en reel
3.3K Interacciones en reel
55.3K Alcance en reel

6 IG Stories
9.1K Promedio de alcance por historia
54.8K alcance total de Stories
141 clicks en sticker de Globant

SOY FIRA

23.3K Reproducciones en reel
3.3K Interacciones en reel
20.8K Cuentas alcanzadas

15 IG Stories
3K Promedio de cuentas alcanzadas por historia
45K alcance total de Stories
285 clicks en sticker de Globant

TOM FILHO

28.4K Reproducciones en reel
2.8K Interacciones
27.6K Cuentas alcanzadas

ZAINA

63.9K Reproducciones en reel
4.1K Interacciones
63K Cuentas alcanzadas

Resultados: Prensa

27 apariciones en medios Tier 1 y 2 de Latam



TotalMedios

[Social media icons]

26.08.2022

¿QUÉ MOVILIZA A LOS CENTENNIALS INFLUENCERS DE LA REGIÓN?

Dentro del marco de su nueva iniciativa "Council of Igniters", Globant convocó a centennials influencers de Latinoamérica para entender sus principales inquietudes en torno a la sociedad, el empleo y la tecnología. Sustentabilidad, diversidad y propósito. lo que moviliza a los influencers centennials de la región

Globant llevó a cabo su primer "Council of Igniters", dos jornadas donde influencers centennials y directivos de la firma debatieron y profundizaron sobre las percepciones que las nuevas generaciones tienen alrededor de la sociedad, el empleo, y la tecnología.

Allí los fundadores de Globant, Martín Migoya, Néstor Nocelli, Martín Umanan y Guibert Englebienne, entre otros directivos, tuvieron la posibilidad de intercambiar opiniones con Zaina (Argentina), Piaggio (Chile), Sofyira (Colombia), Tom Filho (Brasil) y Scaruchí (México), que a partir de la difusión de distintas temáticas - que van desde la sustentabilidad o la diversidad de género, pasando por el fitness, el gaming, los NFT y hasta la fotografía - atraen a millones de seguidores en las principales plataformas digitales.



- Clarín.com**
- Cadena 3**
- HSB Noticias**
- Energía Hoy**
- La Prensa**
- Grilla completa**

Resultados e inspiración

La función principal de esta iniciativa fue la de recibir una **visión externa** por parte de una generación que normalmente no se encuentra dentro del círculo empresarial u organizacional, y construir juntos una nueva manera de repensar las cosas.

Mediante **sesiones de trabajo en conjunto**, recolectamos distintos aprendizajes. Este grupo conformado por influencers, creadores, y outliers nos ayudaron a construir nuevas perspectivas, más frescas e innovadoras para temas relevantes como el **cambio climático, la educación, la diversidad e inclusión**. Asimismo, cumplieron el rol de **amplificar los mensajes de Globant** en sus comunidades, atrayendo nuevas generaciones y públicos, y difundiendo nuestro compromiso y acciones a través de las redes sociales, con lo que generaron buen impacto en la prensa.

Pero el mayor aprendizaje que nos trajeron fue a nivel comunicacional. El Council, sin duda, marcó el puntapié inicial para un cambio estructural. A partir de este Council, incorporamos como un cambio necesario generar nuevas formas de comunicarnos para tener tanto más amplificación como mayor engagement en nuestros mensajes internos y externos.

- Logramos tomar conciencia del verdadero impacto que tiene la **autenticidad y la transparencia**, el mostrarnos como una marca aún más humana, reconocer si nos equivocamos, con voces propias y referentes al frente, por sobre videos de banco.
- Reconocimos la importancia de adaptarnos e incluir, en nuestra forma de gestión y aprobación de mensajes, procesos más **dinámicos y ágiles**, y así evitar innumerables procesos de revisiones que pierden la frescura y el momento adecuado para publicar novedades.
- Esta nueva perspectiva nos impulsó a replantearnos la manera en que generamos contenidos, y ser más **audaces al momento de mostrarnos frente al mundo**.
- Entendimos que el momento es hoy y es ahora, y eso nos lleva a **perder el miedo al error y a las crisis, para avanzar a tiempo con aquello que es relevante en el momento**.



¡Gracias!

COUNCIL

- OF -

Igniters