

PREMIO EIKON 2020

CATEGORÍA 5. Comunicación de crisis

TÍTULO. “Vamos por más”

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA. EDESUR

ÁREA. Gerencia de Comunicación

RESPONSABLES. Gerencia de Comunicación

Introducción

Edesur es una empresa privada que presta el servicio público de distribución de energía eléctrica a más de 2,5 millones de clientes (6 millones de habitantes) en 2/3 partes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en 12 partidos de la Provincia de Buenos Aires.

La empresa abastece un área de concesión de 3.300 km² donde se consume más del 20% de la demanda eléctrica de todo el país y es parte de las propiedades en Argentina del grupo italiano Enel.

El año 2020 se ha caracterizado por la llegada de un evento inesperado que ha golpeado a todo el mundo. La difusión del virus COVID 19, declarado por la OMS como una pandemia mundial, ha obligado a todos, individuos, empresas e instituciones a revisar sus certezas y estrategias e innovar para encontrar formas de sobrevivir.

En Argentina, aunque afortunadamente la propagación del virus no ha alcanzado los niveles de otros países, las medidas preventivas adoptadas por el gobierno y el grupo Enel han impuesto la necesidad de manejar la crisis con diferentes métodos y lenguaje, fuera de lo habitual.

Dada la magnitud de las acciones hechas, el informe se refiere al período del 14 de marzo hasta el 22 de Mayo, la fecha de la segunda prórroga de la cuarentena.

Objetivos y fases de desarrollo del plan

Con el inicio de la cuarentena preventiva y obligatoria y la remotización de todos los trabajadores de Edesur, el equipo de la Gerencia de Comunicación de la empresa, ha puesto en acción un plan de gestión de crisis con los siguientes objetivos:

1. Cuidar la salud de nuestros trabajadores, brindando información útil, tanto para prevenir el contagio, como para sobrellevar la cuarentena y/o trabajar de forma eficaz desde casa.
2. Dar soporte al negocio y promover la digitalización de los clientes.
3. Promover la participación de la empresa a iniciativas solidarias y fomentar el compromiso de ayudar a los demás, por parte de los trabajadores propios.
4. Valorar el trabajo de las cuadrillas que trabajan en la calle.

El plan de comunicación inicial fue dividido en las siguientes 4 etapas graduales con acciones asociadas de comunicación interna y externa:

- 1) **Medidas preventivas**
- 2) **Extensión del contagio sin declaración de cuarentena nacional**
- 3) **Declaración de cuarentena nacional**
- 4) **Contagios internos a la empresa**

De las 4 etapas mencionadas, se trabajó finalmente en 3.

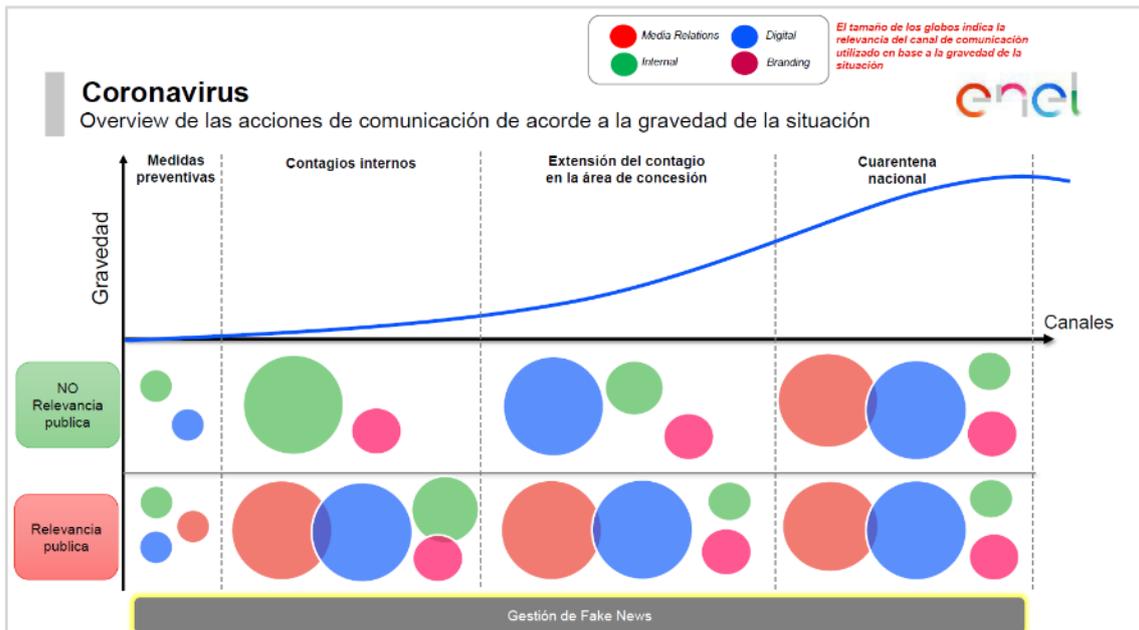
La primera fase de **Medidas preventivas** fue aquella en la que todavía no había una difusión elevada de casos, pero tampoco mucho conocimiento acerca del virus y sus consecuencias. Esta etapa duró desde el 28 de febrero hasta el 19 de marzo, antes de la declaración de la cuarentena nacional y fue caracterizada por una masiva difusión de posteos, gráficas, comunicados de

PREMIOS EIKON 2020 “VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

prensa y newsletter internos sobre cómo evitar el contagio y las medidas tomadas por la empresa.

La **declaración de cuarentena nacional** ha llegado en Argentina muy temprano en comparación con otros países del mundo (por esa razón no se implementó la fase 2 del plan), lo que ha implicado la activación de campañas multicanales sobre varios temas que serán profundizados más adelante en el dossier.

La última etapa está relacionada a los casos de **contagios internos** que han sido informados por la empresa exclusivamente de manera interna.



Cada una de las etapas tenía asociada una magnitud de interés del canal involucrado y un diferente media mix en caso de que la etapa tuviera una relevancia pública o menor.

A la base de todo, se tomó también en cuenta la gestión de fake news o sea de las noticias falsas, vinculadas a la pandemia de COVID-19 que podían afectar la reputación de la organización o atacar sus intereses.

Publico

Interno: todos los trabajadores del grupo Enel en Argentina, inclusive entonces no solo de distribución (Edesur), sino también de Generación (Enel Costanera, El Chocón, Dock Sud).

Externo:

- **Clientes del área de concesión de Edesur:** un total de 2,5 clientes entre residenciales, medianos y grandes. Este público es target de campañas relacionadas a medios de pagos, informaciones sobre el servicio y las medidas tomadas por la empresa, así como de la información general sobre la pandemia.
- **Medios de comunicación y líderes de opinión:** los destinatarios de los comunicados de prensa y otras comunicaciones compartidas por la empresa.

PREMIOS EIKON 2020 “VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

- **Comunidad en general:** todas aquellas personas que disfrutaran de un contenido útil compartido por alguien de las categorías de arriba, en las RRSS u otro medio.

Canales de comunicación

La situación de crisis fue manejada contemplando dos dimensiones; la comunicación externa y la comunicación interna. Las mismas fueron gestionadas simultáneamente y con criterio unificado: comunicar de forma transparente y comprensible entre los distintos públicos.

Internos: se utilizaron todos los espacios de comunicación y gestión interna de la compañía para plantear los objetivos del plan (newsletter “Novedades”, intranet, pantallas internas).

Externos: statements y contactos directos con medios de comunicación, líderes de opinión, periodistas e influencers, content hub en edesur.com.ar, comunicados de Prensa, redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube).

Ejecución del plan

El desarrollo del plan se ha convertido en una mezcla de múltiples campañas multicanales conectados a los 4 objetivos principales nombrados anteriormente:

- 1. Valorar el trabajo de los compañeros en la calle**
CAMPAÑA “ENFERMEROS DE LA LUZ”
- 2. Dar soporte al negocio y promover la digitalización de los clientes – MACRO CAMPAÑA**
“EDESUR TE ACOMPAÑA”
CAMPAÑA PROMOCIÓN DE USO CANALES DIGITALES
CAMPAÑA ASISTENCIA A JUBILADOS
CAMPAÑA SPOT “EL VALOR DE LA ENERGÍA”
- 3. Promover iniciativas solidarias**
CAMPAÑA “HOSPITAL DE CAMPAÑA EZEIZA”
CAMPAÑA INTERNA DE PROMOCIÓN DE SOLIDARIDAD ENTRE EMPLEADOS
- 4. Cuidar la salud de nuestros trabajadores**
CAMPAÑA INTERNA DE DIFUSIÓN DE TIPS SALUDABLES Y DE PREVENCIÓN

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

VALORAR EL TRABAJO DE LOS COMPAÑEROS EN LA CALLE

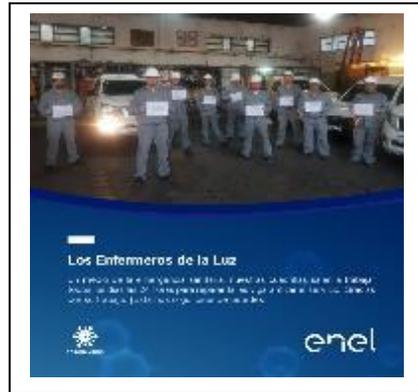
Campaña “Los Enfermeros de la luz”

CONTEXTO Y OBJETIVO:

En el medio de una emergencia sanitaria, nuestros “Enfermeros de la luz” trabajan para que todos puedan quedarse en sus casas, necesitando para esto que todos seamos responsables usando los medios digitales.

La campaña busca valorar varios conceptos:

- La importancia de la energía y de la luz en nuestra vida diaria
- El valor que tiene el trabajo de los operarios de la calle para garantizarnos este servicio
- El compromiso de las personas y de la empresa verso el cliente
- La responsabilidad de todos en el cuidado y en valorar a las personas que trabajan para todos



TIMING: 24 de Marzo - ONGOING

MEDIA MIX:

- A. **Comunicación interna:** Envío de 4 newsletters internas a todos los empleados con link a nota y video dedicado
- **Video:** https://youtu.be/tJ5kuaT_pWo
- B. **Comunicación digital:**
- **Content hub:** <https://www.edesur.com.ar/novedades/como-trabajan-nuestros-equipos-para-garantizar-el-servicio/>
 - **Facebook:** [https://urldefense.com/v3/https://www.facebook.com/283345958532665/posts/1322222601311657/?d=n;!OjemSMKBBg!yam6xIB9Wo_jXBVwPHaSZ18F31D2IXmhIcfUBhkQLdRkEgCpJcHQcupIO1vQtVmTCQ\\$](https://urldefense.com/v3/https://www.facebook.com/283345958532665/posts/1322222601311657/?d=n;!OjemSMKBBg!yam6xIB9Wo_jXBVwPHaSZ18F31D2IXmhIcfUBhkQLdRkEgCpJcHQcupIO1vQtVmTCQ$)
 - **Linkedin:** https://www.linkedin.com/posts/edesur_salena-trabajar-por-todos-en-medio-de-activity-6647139458061783040-JHur
- C. **Media:** comunicado de prensa a periódicos nacionales para publicación de nota relacionada (ej. Clarín https://www.clarin.com/sociedad/coronavirus-argentina-operarios-salen-calle-garantizar-servicios-basicos-cuarentena_0_npqMi7tYi.html)

DAR SOPORTE AL NEGOCIO Y PROMOVER LA DIGITALIZACIÓN

“Edesur te acompaña”: promoción del uso de los canales digitales

CONTEXTO Y OBJETIVO:

La cuarentena resultado del COVID-19 produjo una restricción de circulación y de apertura de locales que impactaron negativamente en la caja de Edesur. Los clientes se comenzaron a preguntar cómo pagar la liquidación de servicios.



El objetivo de la campaña es aumentar la afluencia de sesiones hacia la oficina virtual para que conviertan en el Botón de Pagos de edesur.com.ar.

La campaña se coloca adentro del paraguas de “Edesur te acompaña”.

TIMING: 18/03/2020 – 30/04/2020 (con posibilidad de extensión según coyuntura)

MEDIA MIX:

- **Comunicación interna:** Envío de newsletter interna a todos los empleados con link a nota intranet dedicada (<https://intranet.enel.com/es-es/thewall/paginas/local/argentina/2020%2004/gestion%C3%A1-tus-consumos-de-manera-digital.aspx/>) (ver pdf adjunto con print pantalla)
- **Comunicación digital:**
 - Content hub 1: Mapa de puntos de pago <https://www.edesur.com.ar/novedades/puntos-de-pago-presenciales-abiertos-durante-la-cuarentena/>
 - Content hub 2: preguntas frecuentes: <https://www.edesur.com.ar/servicios-al-cliente/preguntas-frecuentes/>
 - Content hub 3 y RRSS: publicación de tutoriales para el pago digital <https://www.edesur.com.ar/servicios-al-cliente/tutoriales-de-pago-digital/>
 - Content hub 4: tramites online <https://www.edesur.com.ar/novedades/como-hacer-tramites-online-y-pagar-en-canales-digitales/>
 - Envío de newsletter a clientes T1, T2 y T3
 - Posteos RRSS: ej. <https://twitter.com/OficialEdesur/status/1245402380885254145>, <https://www.facebook.com/EdesurArgentinaOficial/>
 - Video: <https://www.youtube.com/watch?v=IXZxON9FrtM>
- **ADV:**
 - Aviso radio: <https://soundcloud.com/juan-pablo-de-santis/radio-canales-de-pagos-digitales/s-WBdUdLplz0V>
 - Posters de atención limitada en las oficinas comerciales
 - Placa spot para Televisión
 - PNT en los principales programas de televisión con influencers y líderes de opinión
 - Avisos para revistas y medios locales
- **Media:** notas en varios diarios

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

Campaña “Edesur te acompaña” –
Asistencia a jubilados

CONTEXTO Y OBJETIVO:

Campaña de lanzamiento de un canal exclusivo dirigido a los clientes de edad avanzada, para brindarles asesoramiento comercial, para que puedan solicitar que un representante de la compañía se comunice con ellos para recibir ayuda sobre consultas relacionadas a tarifa social, formas de pago, uso de la oficina virtual y canales digitales disponibles.

La campaña se coloca adentro del paraguas de “Edesur te acompaña”



TIMING: 7 – 22 de Mayo

MEDIA MIX:

- A. **Comunicación Interna:** Envío de dos newsletters internas a todos los empleados con link a la nota dedicada en la intranet (<https://intranet.enel.com/es-es/thewall/paginas/local/argentina/2020%2005/edesur-te-acompa%c3%b1a.aspx>) (ver pdf adjunto con print pantalla)
- B. **Comunicación digital:** Posteos en las RRSS de Edesur Argentina y Content hub
- **Content hub:** <https://www.edesur.com.ar/novedades/canal-exclusivo-para-adultos-mayores/>
 - **Facebook**
<https://www.facebook.com/EdesurArgentinaOficial/posts/1346645628869354>
 - **Twitter** <https://twitter.com/OficialEdesur/status/1258397882413125640>
 - **Instagram:**
[https://urldefense.com/v3/_https://www.instagram.com/p/B_7rzxkjP8Q/?igshid=1p_pgj6yogmyd4_!!OjemSMKBgg!22H9LhuYozbSL_TSCaE9lW4jsMK_P81P4SmREJccBjQJ_Q3Hvj-cGC0kxqrU9e0R6YQ\\$](https://urldefense.com/v3/_https://www.instagram.com/p/B_7rzxkjP8Q/?igshid=1p_pgj6yogmyd4_!!OjemSMKBgg!22H9LhuYozbSL_TSCaE9lW4jsMK_P81P4SmREJccBjQJ_Q3Hvj-cGC0kxqrU9e0R6YQ$)
 - **Linkedin:**
[https://urldefense.com/v3/_https://www.linkedin.com/posts/enelargentina_canal-exclusivo-para-adultos-mayores-activity-6664583221835034624-s5BW_!!OjemSMKBgg!yJAjrjMK0ls8uTb5Tlpayfz9WQH7tldrBu0Mvk58qGNg6XjElm_uwo5LIU8dNq-MTg\\$](https://urldefense.com/v3/_https://www.linkedin.com/posts/enelargentina_canal-exclusivo-para-adultos-mayores-activity-6664583221835034624-s5BW_!!OjemSMKBgg!yJAjrjMK0ls8uTb5Tlpayfz9WQH7tldrBu0Mvk58qGNg6XjElm_uwo5LIU8dNq-MTg$)
 - **Envío de newsletter a clientes target**
- C. **ADV:**
- Placa spot para Televisión https://www.youtube.com/watch?v=-RR1PW_NJcE
 - Avisos para revistas y medios locales
- D. **Media relations:** comunicado de prensa a periódicos nacionales para publicación de nota relacionada (ej. Cronista <https://www.cronista.com/informaciongral/Edesur-lanza-un-canal-exclusivo-para-atender-a-personas-mayores-de-60-anos-20200508-0011.html>)

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

Campaña “El Valor de la Energía”

CONTEXTO Y OBJETIVO:

Sabíamos que hoy más que nunca teníamos que estar, sabíamos que nuestra energía impulsaría a los héroes que están en el frente de esta batalla.



Esta campaña multicanal apunta a crear empatía con los clientes y sociedad al fin de dar valor a la energía y promover el pago de la misma.

TIMING: 14 – 31 de Marzo

MEDIA MIX:

- **Comunicación interna:** Envío de newsletter interna a todos los empleados con link a nota intranet dedicada (<https://intranet.enel.com/es-es/thewall/paginas/local/argentina/2020%2004/nueva%20publicidad%20de%20edesur.aspx/>) (ver pdf adjunto con print pantalla)
- **Comunicación digital:** posteos en RRSS y nota dedicada en la web edesur.com.ar
 - Video: <https://www.youtube.com/watch?v=IXZxON9FrtM>
 - Facebook: [https://urldefense.com/v3/_https://www.facebook.com/283345958532665/posts/1321587141375203/?vh=e&d=n_!!OjemSMKBgg!3z2LjFED3B3Fr1cM7ngL4vbpDOL0zyg5AhhDKidNzJu9PMphqW-U4QovB3vhL6HVQ\\$](https://urldefense.com/v3/_https://www.facebook.com/283345958532665/posts/1321587141375203/?vh=e&d=n_!!OjemSMKBgg!3z2LjFED3B3Fr1cM7ngL4vbpDOL0zyg5AhhDKidNzJu9PMphqW-U4QovB3vhL6HVQ$)
- **ADV:**
 - Placa spot para Televisión

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

PROMOVER INICIATIVAS SOLIDARIAS

Campaña “Hospital de Campaña de Ezeiza”

CONTEXTO Y OBJETIVO:

Cuidarnos es responsabilidad de todos. No sólo con el trabajo diario de las cuadrillas, que ponen de manifiesto su vocación de servicio en estos momentos, sino también ofreciendo lo que tenemos a la comunidad para hacer frente a este desafío sin precedentes. Por esa razón, Edesur puso a disposición de la Municipalidad de Ezeiza y las autoridades sanitarias el «Centro de Capacitación y Entrenamiento Beatriz Ghirelli», recientemente inaugurado, para ser utilizado como hospital de campaña para acondicionar el espacio ante una posible necesidad de dar asistencia a personas contagiadas con COVID-19. Más tardes Edesur donó también frazadas, toallas y sábanas para las camas.



TIMING: 24 de Marzo – 5 de Mayo

MEDIA MIX

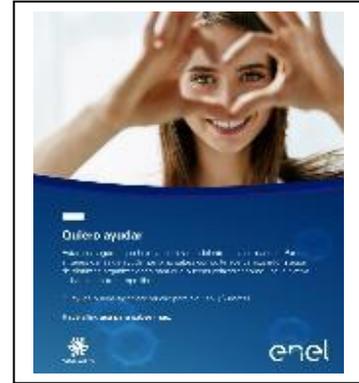
- A. **Comunicación interna:** Envío de 2 newsletters internas a todos los empleados
- B. **Digital:** posteos en RRSS y notas dedicadas en la web edesur.com.ar
 - **Content hub 1:** hospital de campaña <https://www.edesur.com.ar/novedades/edesur-y-municipalidad-de-ezeiza-montan-un-hospital-de-campana/>
 - **Content hub 2:** Más donaciones para el hospital <https://www.edesur.com.ar/novedades/mas-donaciones-para-el-hospital-de-campana-en-ezeiza/>
 - **Content hub 3:** instalaciones de generadores para centros de salud <https://www.edesur.com.ar/novedades/instalamos-generadores-y-mas-potencia-a-centros-de-salud/>
 - **Facebook:** <https://www.facebook.com/EdesurArgentinaOficial>, <https://www.facebook.com/enelargentina/>
 - **Twitter:** <https://twitter.com/oficialedesur/status/1242851193736638464?s=21>, <https://twitter.com/EnelArgentina/status/1242883101740740609>
 - **Instagram:** <https://www.instagram.com/p/B-KdgA7jdSu/?igshid=scy pbdei7vbs>
 - **Linkedin:** https://www.linkedin.com/posts/edesur_montamos-un-hospital-de-campa%C3%B1a-con-300-camas-activity-6648620909475221504-9KjE
- C. **ADV:**
 - **PNT en programa “Almorzando con Mirtha Legrand por canal 13.** En ese programa se realizó una entrevista al gobernador de la provincia de Buenos Aires.
 - **PNT en programa especial** en que se juntan todos los medios para juntar fondos para la Cruz Roja.
- D. **Media:** 16 diarios nacionales tradicionales y digitales publicaron la nota.

PREMIOS EIKON 2020 “VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

Campaña interna de promoción de la Solidaridad entre empleados

CONTEXTO Y OBJETIVO:

El contexto actual exige el ayuda de todos los que puedan. Por eso se pusieron en marcha varias acciones para fomentar iniciativas solidarias por los empleados y compartir con ellos la información sobre algunas de las organizaciones externas que las realizan y necesitan ayuda para continuar con su labor en esta emergencia.



TIMING: 17 de Marzo – 30 de Abril

ACCIONES INTERNAS:

1. Difusión, a través de canales internos (newsletters e intranet (<https://intranet.enel.com/es-es/thewall/paginas/local/argentina/2020%2004/quiero%20ayudar.aspx/>)) las formas de participar en acciones solidarias (ver pdf adjunto con print pantalla)
2. Creación de un concurso de innovación para estimular la propuesta de ideas para ayudar a Argentina a salir de la crisis. Elección de la mejor propuestas por el Country Manager (<https://openinnovability.enel.com/projects/Enel-por-Argentina>)
3. Organización de una red de ayuda dentro de los colegas de Enel Argentina con la ayuda de Sostenibilidad Argentina.
4. Compartición el proceso oficial de donaciones.

CUIDAR LA SALUD DE NUESTROS TRABAJADORES

Campaña interna de difusión de Tips saludables y de prevención

CONTEXTO Y OBJETIVO:

La vida en cuarentena lleva muchas problemáticas conectadas a la vida privada que, si no son enfrentadas de forma correcta, pueden causar consecuencias importantes en la vida de todos. Por esta razón, hemos difundido, y seguimos difundiendo, tips de vida saludable para ayudar los colegas en Smart working.



TIMING: 17 de Marzo – ONGOING

TEMATICAS PRINCIPALES:

- MEDIDAS DE PREVENCIÓN: cómo actuar para prevenir el contagio (como limpiar el celular, cómo entrar en casa, cómo lavarse las manos, correcto uso del barbijo, etc.)
- ALIMENTACIÓN: cómo cuidar la alimentación y los alimentos (planificar comidas, cómo conservar alimentos, recetas, hábitos sustentables)
- SPORT: videos de prácticas de deporte, stretching y yoga en casa
- MINDFULLNESS: webinars con la consultora Grow para controlar las emociones y manejar el stress
- TRABAJO EFICAZ: consejos para trabajar bien (mejora de la planificación, uso de las herramientas digitales disponibles etc.)

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

Resultados

Consideraciones generales

La medición de los KPIs de cada campaña es uno de los hitos de nuestro trabajo. El análisis de los datos, nos permite la mejora continua de las estrategias: por esta razón estamos siempre muy atentos a las performances de nuestras acciones de comunicación. Con referencia a las campañas del COVID 19, todas las campañas tuvieron un enorme éxito, llevando un elevado número de shares en las RRSS (creemos que el SHARE es uno de los indicadores más valiosos, porque es la amplificación directa de nuestra voz hecha por nuestros propios usuarios) y un tono de voz en los periódicos, en la mayoría de las veces, neutral o positivo.

Resultados puntuales de cada campaña

Campaña “Los Enfermeros de la luz”

Datos RRSS:

HÉROES ANÓNIMOS	ENFERMEROS DE LA LUZ	REPUBLICACIÓN NOTA DE CLARIN SOBRE LA CAMPAÑA
Facebook Interactions: 22.231 (12K likes, 1,1K comments, 1,5K shares) Reach: 161.548 Engagement Rate: 13,6%	Facebook Interactions: 5233 (922 likes, 240 comments, 173 shares) Reach: 189.408 Engagement Rate: 2,76%	Facebook: Interactions: 16.026 (5.4K likes, 654 comments, 623 shares) Reach: 147.472 Engagement Rate: 10,9%
Twitter Interactions: 529 Videoviews: 6127 Impressions: 38,7 K	Twitter Interactions: 315 Videoviews: 3564 Impressions: 25,7 K	Twitter Interactions: 551 Impressions: 23.518

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

“Edesur te acompaña”: promoción del uso de los canales digitales

- Desde el inicio de la campaña, llevamos unas 400K sesiones a Edesur con el conjunto de acciones. Esto representó el 37,1% del total del sitio.
- La campaña produjo 51.069 sesiones en la Landing de pago, esto representa el 27% del total del período.

Datos web:

Evolución de campaña			
Totales	18-31/ Marzo	Abril	Total
Total de sesiones generadas por la campaña	76.684	320.981	397.665
% sobre el total del sitio	24,7%	41,4%	37,1%
Objetivo (totales)			
Total de sesiones en Landing de pago	8.972	42.097	51.069
% sobre el total de Landing de pago			27,0%

Evolución General de EDESUR.COM.AR						
Promedios	Año 2019	Enero '20	Febrero '20	1-15/ Marzo '20	16-31/ Marzo '20	Abril '20
Total de Sesiones x día	17.295	23.615	22.220	18.392	26.316	48.768
Total de Sesiones en landing de pago x día	1.297	1.488	1.400	1.435	2.842	8.291
Tasa de Conversión (landing vs total de sesiones)	7,5%	6,3%	6,3%	7,8%	10,8%	17,0%
Pagos Registrados (cantidad) x día		790	669	728	1.340	3.865

Datos newsletters:

Envío	Subject	Total Sent	Delivered	Bounce	Hard Bounce	Soft Bounce	Block Bounce	Total Opens	Unique Open	Open Rate	Clicks	CTR
Lunes, 16 de marzo de 2020, 11:30	Usá nuestros canales digitales	504.500	502.876	1.624	531	1.025	68	335.221	203.208	40,4%	13.938	4,10%
Miércoles, 18 de marzo de 2020, 11:30	Atención limitada en nuestras oficinas	504.500	501.663	2.191	260	935	996	264.864	162.212	32,3%	6.167	2,30%
Miércoles, 1 de abril de 2020, 9:10	Usá los canales digitales	692.761	678.121	14.640	11.854	1.581	1.205	478.327	263.762	38,8%	76.681	16,05%
Miércoles, 1 de abril de 2020, 9:10	Usá los canales digitales	7.274	6.735	539	452	59	28	6.450	2.817	41,8%	289	4,48%
Viernes, 3 de abril de 2020, 10:30	Pagá con Mercado Pago	692.764	677.730	5.985	4.205	1.424	356	350.422	213.060	31,4%	14.819	4,22%
Jueves, 16 de abril de 2020, 10:00	Conocé todas las opciones de pago	655.383	554.533	100.850	94.182	4.784	1.884	417.519	236.134	42,1%	47.478	11,37%

Datos RRSS:

Marzo Facebook + Instagram	Abril Facebook + Instagram	Abril Gmail	Marzo/Abril Google
Reach: 2.397.696	Reach: 1.718.010		
Impresiones: 12.630.849	Impresiones: 10.166.752	Impresiones: 363.690	Impresiones: 430.962
Clicks: 44.033	Clicks: 24.145	Clicks: 54.350	Clicks: 187.159
CTR: 0,35%	CTR: 0,24%	CTR: 14,94%	CTR: 43,43%

Datos ADV:

<ul style="list-style-type: none"> • Sistema: Radio AM+FM • Timing: Marzo • Salidas: 95 spots • TRPs: 94.81 • Cobertura: 17.38% • Contactos: 1.504.773 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema: Televisión Abierta • Timing: Marzo /Abril • Salidas: 16 menciones • TRPs: 22.77 • Cobertura: 15.48% • Contactos: 1.396.280
--	--

PREMIOS EIKON 2020
"VAMOS POR MÁS": CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

Campaña "Edesur te acompaña" – Asistencia a jubilados

Sitio web (desde 7 de Mayo)

<https://www.edesur.com.ar/novedades/canal-exclusivo-para-adultos-mayores/>

Juntamos 2.301 datos de clientes adultos mayores que pidieron ser llamados. Tarifa Social y Formas de Pago fueron los principales temas de contacto.

El total de sesiones: 14.285

Adwords

En lo que respecta a distribución digital, además de nuestra web, pusimos Google Adwords orientada a búsquedas de usuarios de arriba de 60 años.

Facebook

- Reach: 149 K personas del perfil en nuestra área de concesión.
- Interactions: 3.948
- Reactions: 2.249
- Comments: 1.049
- Shares: 605
- Clicks: 25.175

<https://www.facebook.com/EdesurArgentinaOficial/posts/1346645628869354>

Twitter

- Reach 21,7 K personas

<https://twitter.com/OficialEdesur/status/1258397882413125640>

Google:

- Impresiones: 593.145
- Clicks: 229.480
- CTR: 38.69%

Datos ADV

SPOT – 18-29 Mayo 2020	PNts 20-27 Mayo 2020
<ul style="list-style-type: none">• Sistema: TV Cable• Duración: 25s• Salidas: 69 spots• TRPs: 77.20• Cobertura: 23.30%• Contactos: 1.780.890	<ul style="list-style-type: none">• Sistema: TV abierta• Salidas: 8 menciones• TRPs: 8.0• Cobertura: 5.4%• Contactos: 413.650

Campaña "El Valor de la Energía"

- Sistema: Televisión por Cable
- Timing: Abril
- Duración: 30s
- Salidas: 175 spots
- TRPs: 215.16
- Cobertura: 39.30%
- Contactos: 3.546.770

PREMIOS EIKON 2020
“VAMOS POR MÁS”: CAMPAÑAS MULTICANALES - COVID 19

Campaña “Hospital de Campaña de Ezeiza”

Datos RRSS:

EZEIZA EMERGENCY HOSPITAL	INSTALACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EN CENTROS DE SALUD
Facebook Interactions: 30.380 (16K likes, 1K comentarios, 2,7 K shares) Reach: 171.149 personas Engagement Rate: 17,5%	Facebook Interactions: 14.962 (9,4K likes, 485 comentarios, 1K shares) Reach: 121.210 Engagement Rate: 12,34%
Twitter Interactions: 394 Impressions: 22,9K	Twitter Interactions: 274 Impressions: 25,1 K

Campañas internas (datos generales)

La situación extrema en curso ha otorgado la oportunidad de liderar la crisis sanitaria desde la comunicación y transformarnos en la principal fuente de información de nuestros empleados. La demanda de información es mucho más grande que en cualquier otro momento.

