

Número y Nombre de la/s categoría/s a inscribirse: 14.1 - Campaña social media

Capítulo: General

Título del programa: Metele pata

Nombre de la compañía o institución: La Voz

Departamento / Área que desarrolló el plan: Brand Studio - La Voz

Persona/s responsable/s del plan de comunicación: Pablo Olivera, Sebastián Lazcano, Alejandra Boldo, Daniel Santos, Luis Zárate, Guadalupe Cei, Araceli Callagher, Cecilia Mansilla y Anabel Cobreros Carrión

CATEGORÍA 14.1

CAMPAÑA SOCIAL MEDIA **METELE PATA**

EQUIPO

Pablo Olivera, Sebastián Lazcano, Alejandra Boldo, Daniel Santos, Luis Zárate, Guadalupe Cei, Araceli Callagher, Cecilia Mansilla y Anabel Cobreros Carrión.

INTRODUCCIÓN

La Voz del Interior es el medio periodístico líder de mayor audiencia en la provincia de Córdoba y del interior del país, conocida por su prestigio periodístico y su experiencia de 116 años en la industria gráfica, que lo ubican en el top of mind entre los lectores quienes eligen informarse con periodismo de calidad en todas sus plataformas.

Cuenta con una completa cobertura informativa del ámbito local, nacional e internacional. Todos los aspectos de la actualidad son analizados en secciones o suplementos especializados abocados a las distintas áreas de interés de los lectores.

Con el fin de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo de información, brinda al lector la posibilidad de encontrar la mayor oferta de contenidos y noticias ya sea en papel, web o celular.



CONTEXTO

Después de una pandemia que nos obligo a mantenernos encerrados en casa por mucho tiempo, en el mes del senderismo, decidimos utilizar la necesidad de dar a conocer los 100 senderos de Córdoba para que cientos de turistas y cordobeses comenzaran a salir nuevamente de sus casas atacando de este modo también la necesidad post pandemia de volver a salir, encontrarnos, conocernos, respirar, disfrutar y compartir.



OBJETIVO

Visibilizar a los 100 senderos cordobeses como espacios para caminatas, trekking y visitas.
Incentivar al público a volver a salir de sus casas a recorrer espacios al aire libre.



PÚBLICO

Ciudadanos de la provincia de Córdoba y turistas.



MENSAJE

METELE PATA



ESTRATEGIA Y EJECUCIÓN

La estrategia fue sostener la agenda Senderos de Córdoba durante todo el mes con un plan de comunicación 360 impulsado por una acción en redes.

Para esto utilizamos influencers como Córdoba Gourmet, Pupina Plomer, y Pasaje en Mano, siendo parte de sus contenidos y llegando así a nuevas audiencias.

Esta acción vinculó influencers, Voy de Viaje y Agencia Córdoba turismo.

En primer lugar los influencers fueron invitados a convocar a sus comunidades, seguido de esto Voy de Viaje validó la acción hablando en sus plataformas de todo lo que los influencers estaban incentivando en sus redes, volviendo noticia esta primera acción.

Córdoba Turismo fue la encargada de preparar cada punto de encuentro en donde convocábamos a turistas y senderistas.

De este modo creamos un sistema que potencia el contenido de valor para el público, trasciende los formatos y busca multiplicar audiencias, desarrollando y movilizandoo nuevos grupos de interés para las marcas.



CANAL DE EJECUCIÓN

Plataformas digitales.



RESULTADOS

150.800

reproducciones de video.

49.100

impresiones en redes.

6.100

interacciones.

45.400

usuarios únicos en web.