

Categoría 20: Campaña general de difusión Campaña general que englobe la difusión y comprenda a todos o varios canales de comunicación (earned, paid and owned media: medios tradicionales, redes sociales, influencers, publicidad y medios propios)

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

[invertirOnline.com](https://www.invertironline.com) nació el 30 de mayo del 2000 y se convirtió en el primer sitio de trading online en Argentina. A lo largo de los años, se consolidó como una de las plataformas de inversiones líderes más importantes del país, con una gran trayectoria en el Mercado de Capitales, siempre haciendo especial foco en la democratización de las finanzas. Más de 20 años cambiando la forma de invertir de las personas, se traducen en la confianza de los inversores al elegirnos para potenciar sus ingresos. Buscamos que cada vez sean más los que se animan a invertir, ofreciéndoles un marketplace de inversiones simple e intuitivo y fomentando la educación financiera de nuestros usuarios.

Actualmente, **invertirOnline** ofrece en Argentina diferentes alternativas de inversión. Además de poder invertir en Acciones, Bonos, CEDEARs, Fondo Comunes de Inversión y Cauciones, cuenta con gran variedad de productos ideados para que los clientes optimicen sus ahorros. Tal es el caso de Cuenta Remunerada en pesos y dólares, Dólar MEP y la posibilidad de invertir en Estados Unidos, el mercado más grande del mundo.

Hoy en día, la educación financiera es una materia pendiente no sólo en Argentina sino también en América latina. Por tal motivo, desde [invertirOnline](https://www.invertironline.com) brindamos a través de diferentes canales de comunicación tips de inversión y toda la información precisa para que cada vez más personas se animen a invertir.

En 2020, con el comienzo de la pandemia y del aislamiento, advertimos la necesidad de mostrarle a las personas otra cara de la moneda para que cuiden sus ahorros. La campaña que comenzamos se tituló "[Todo cambió](#)". Como bien dice el título de la campaña, cambiamos la forma de trabajar todos 100% remotos, la forma de cuidarnos, la manera de estudiar online, y hasta invertimos la manera de ahorrar, ya que una crisis como esta pandemia, es una gran oportunidad para pensar en un cambio y una apertura a nuevas ideas. De esta forma, comenzamos en IOL a hablarle a las personas para que nos conozcan y descubran las diferentes formas que tienen de invertir sus ingresos y potenciarlos en plataformas de inversión como lo es [invertirOnline](https://www.invertironline.com) (IOL). Y así conocer diferentes productos como Dólar MEP, CEDEARs, FCI, Acciones, Bonos, Cuenta Remunerada en Pesos y Dólares y la posibilidad de invertir en EE.UU., el mercado más grande del mundo.

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

El objetivo de la campaña era llegar a potenciales inversores en el Mercado de Capitales con un mensaje positivo, dentro de tanta angustia, contándole que hay alternativas de inversión para cada persona al alcance de su mano para que pueda potenciar sus ingresos y ahorros. Sólo falta conocerlas, y ahí es donde entramos para acercar la educación financiera a todas las personas.

El Plan de Comunicación de la campaña [Todo cambió](#) estuvo enfocado en la difusión a través de diferentes canales de comunicación tales como la subida del video en el canal de

YouTube de invertirOnline, difusión de la temática en RRSS, artículos en la prensa nacional, programática orientada a targets específicos e email marketing, entre otros. En todos ellos, el mensaje fue contar la campaña, demostrando que aunque estemos en una Pandemia, existen diferentes alternativas de inversión aún en momentos difíciles, con montos bajos que el público en general desconoce.

Para el público interno, continuamente realizamos Bootcamps y diferentes Comunicaciones Internas para difundir el paso a paso de cómo operar cada instrumento. Además, se les mostró la campaña a los IOLers (así nos llamamos internamente a los que trabajamos en invertirOnline), para que la puedan ver todos antes de salir externamente con la misma.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

El impacto del video comercial subido a nuestro canal de YouTube fue evidente desde un principio. Desde su publicación, pudimos corroborar que no solo más personas comenzaron a abrir su Cuenta de Inversión, sino que además venían de esta campaña. Adicionalmente, pautamos el video con programática en los principales medios online de economía, en donde también comienzan a leer los futuros inversores como cronista.com, infobae.com, baenegocios.com, iprofesional.com, ambito.com, lanacion.com.ar, clarin.com, entre otros. Ahora sí, pensando directamente en los inversores, en el afán que aprendan aún más de diferentes instrumentos de inversión es que hicimos envíos de emails a clientes actuales, estableciendo diferentes estrategias de envío con mensajes customizados y hasta segmentando por diferente rango etéreo o género a los que queríamos ir. Además, difundimos un Comunicado de Prensa para que se genere un tipo de cobertura 360° que se sumara a YouTube, RRSS y e-mailing, para maximizar la difusión externamente.

La mayor dificultad que detectamos con esta campaña fue, sin dudas, la falta de educación financiera que existe en Argentina. Por esta razón, impulsamos la difusión de estos conocimientos a través de webinars, postcast, vocería en los medios, eventos como Maratones de Educación financiera, piezas explicativas en RRSS y hasta reportes con las mejores opciones para invertir en el Mercado de Capitales.

El interés de los inversores radicó principalmente en 3 puntos: la posibilidad de acceder a una Cuenta de Inversión sin costo de apertura ni mantenimiento; la facilidad de operar Dólar MEP, un instrumento que muchas veces escuchan en los medios pero no necesariamente conocen como invertir en él; las ventajas de contar con Cuenta Remunerada en pesos y dólares, que, mientras pensás en qué invertir o el pago de gastos corrientes, el dinero disponible genera intereses diarios que se le acreditarán el primer día del mes siguiente.

En invertirOnline estamos convencidos que la difusión de información e instrumentos financieros van a marcar la diferencia en la forma de ahorrar de las personas en el futuro, animándose a invertir.

4) Resultados y evaluación Identificación, análisis y cuantificación de los resultados.

Beneficios producidos por la puesta en marcha del plan comunicacional. Recomendación: adjuntar comprobantes

Durante el año pasado, realizamos diferentes mejoras sustanciales a nuestra plataforma, para consolidarnos como un marketplace simple e intuitivo. El crecimiento exponencial en

cantidad de Cuentas abiertas en invertirOnline nos transformó en todo sentido, no sólo a nivel de cantidad de talentos que trabajan en la empresa, en donde duplicamos el número en tan sólo un año, sino en hacer que los inversores ingresen y aprendan a operar en una plataforma que continuamente se reinventa. Por ejemplo, en 2020 abrimos mensualmente la misma cantidad de cuentas de inversión que en todo el 2018. Ese crecimiento en pandemia es el que nos inspiró para crear el comercial “Todo cambió”, junto a la agencia “Dragones”, que hoy ya tiene más de 1.400.000 visualizaciones en nuestro canal de YouTube. En cuanto a validaciones externas, BYMA (Bolsas Y Mercados Argentinos) establece todos los meses un ranking por montos operados. Desde enero a diciembre de 2020, estuvimos entre las 3 primeras posiciones tanto en inversiones en Renta Variable en general, como en operatorias en CEDEARs en el mercado local, instrumento estrella del 2020. Esto lo logramos gracias a la mayor difusión de instrumentos financieros, a partir de la cual cada vez más personas se animaron y se animan a invertir en el Mercado de Capitales, cambiando su forma de ahorrar y potenciando sus ingresos.

El mundo cambió y la sociedad se transformó cada vez más rápido a una nueva normalidad. En invertirOnline lo entendimos, por lo que reorientamos nuestros mensajes para ayudar a que más personas inviertan online.