

**Premios Eikon 2024**

# **INFLUENCERS SAMSUNG S24**

**Categoría a postular:**

Capítulo General, Categoría 14.2 - Campaña de Influencers

**Nombre agencia:**

Urban Grupo de Comunicación Chile

**Nombre de la compañía o institución:**

Samsung Electronics Chile

**Responsables por el cliente:**

Bernardita Orellana

Antonia Robles

**Departamento, área, consultoras de relaciones públicas  
o de otro tipo que desarrolló el plan**

Urban Grupo de Comunicación Chile

**Responsables de la presentación del caso:**

Tomás Figueroa

Patricia Mardones

Javier Neira

Carolina Palma

María José Puhlmann

Carola Reyes

Sebastián Torrealba

Cristóbal Torres

Álvaro Vergara



## 1) INTRODUCCIÓN

Samsung Electronics es una compañía de artículos electrónicos creada hace más de 50 años en Corea del Sur. Siempre innovando en sus productos, hoy cuenta con presencia mundial y es una de las líderes en el rubro. En su portafolio se encuentran disponibles, en la actualidad, productos que van desde smartphones hasta línea blanca para el hogar y *wearables* como relojes inteligentes.

En Chile está presente desde 1983 y en el último informe Valoración de Marcas Chile 3D fue reconocida como la compañía que genera más confianza entre los chilenos y, por octavo año consecutivo, como la marca más valorada por los chilenos en las categorías de Smartphones, Televisores y Línea Blanca.

### Contexto

Desde la segunda mitad de 2023 se comenzó a especular sobre el lanzamiento del nuevo teléfono móvil de la serie Galaxy S de Samsung y los features que vendrían en él. El S24 vería la luz a principios de 2024, tal como hicieron sus antecesores.

Galaxy S24 marca un antes y un después en la trayectoria de Samsung, siendo la decimoquinta generación de la serie Galaxy S y, a la vez, la primera en incorporar Inteligencia Artificial de fábrica. Este hito tecnológico redefine por completo la experiencia del usuario, integrando la IA desde el origen del dispositivo para facilitar el día a día de las personas con funcionalidades como traducción de llamadas en tiempo real, transcripción de audios, edición de imágenes generativa, Circle to Search, etc.

La línea está conformada por tres modelos: el tope de línea Galaxy S24 Ultra, y los siguientes, Galaxy S24 Plus y Galaxy S24. Pese a ser tres versiones con distintas capacidades técnicas, todas ofrecen la misma experiencia optimizada con IA.

Este lanzamiento tan innovador era un hito en la historia de la telefonía inteligente. Por eso, no bastaba con una campaña común. Necesitábamos algo grande. Y esto es lo que hicimos.

## 2) ESTRATEGIA

Para el lanzamiento de Galaxy S24 planeamos una campaña dividida en etapas con creadores de contenido micro, macro y celebrities, quienes desde sus redes sociales nos permitieran acercar al público el nuevo teléfono.

El plan de acción, compuesto por diversos eventos y stakeholders, tuvo el objetivo de generar engagement en torno al primer smartphone de Samsung equipado con IA, con el desafío de tener que explicar “en fácil” esta nueva tecnología incorporada y superar las metas alcanzadas en publicaciones con el lanzamiento de su predecesor, el S23.

### Público objetivo



Hombres y mujeres  
entre 18 y 45 años,  
ABC1, C2 y C3



Amantes de la  
tecnología



Coolhunters



Amantes de la  
fotografía



Content  
Creators

### Mensajes claves:

- El primer smartphone de Samsung equipado con IA
- Una nueva forma de conectar: a través de las funcionalidades de *Circle to search* (que permite buscar lo deseado tan solo haciendo un círculo con el dedo en la pantalla) y *Live Translate* (traducción de manera simultánea de llamadas telefónicas y texto en más de 13 idiomas)

- Una nueva forma de crear contenido: a través del zoom con Nightography y la función Photo Assist
- Una nueva forma de jugar: gracias a las capacidades de su procesador más potente, nueva infraestructura de enfriamiento y las novedades en su pantalla.

Con esos mensajes como foco, establecimos una serie de actividades para realizar con influenciadores según las distintas fases de la campaña (consideradas hasta el cierre de las inscripciones):

Etapa 1 Teaser - Handraiser	Etapa 2 Unpacked	Etapa 3 - Preventa	Etapa 4 - Lanzamiento
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo de influencers con publicaciones en sus redes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento en California</li> <li>• Liveshop</li> <li>• Lanzamiento en Malva Loca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seeding</li> <li>• Reviews</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Workshop Cenia</li> <li>• Lanzamiento FlowGPT</li> <li>• Lollapalooza</li> <li>• Alianza con Karyn Coe</li> </ul>

Con cada evento nos propusimos generar conversación en las plataformas digitales, especialmente enfocadas en el teléfono en sí y en sus atributos diferenciadores: el uso de la IA incorporada y explicar lo fácil y cómodo que resulta utilizar las funcionalidades de este nuevo Galaxy S24.

### 3) DESARROLLO/EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

#### **ETAPA 1 - TEASER / HANDRAISER (3 al 16 enero)**

En esta fase empezaron las primeras difusiones oficiales sobre este lanzamiento a través de la prensa. Aquí, los amigos de la marca apoyaron la comunicación a través de sus canales digitales publicando el anuncio oficial de Unpacked (día de revelación mundial del nuevo teléfono). Además, invitaron a sus seguidores a inscribirse en la web de Samsung para seguir la transmisión del evento y optar a descuentos en el livecommerce de preventa.

#### **ETAPA 2- UNPACKED (17 al 24 de enero)**

##### ***Día de Unpacked (17 de enero)***

Viajamos con un grupo de comunicadores chilenos, entre los que iban cuatro creadores de contenidos de redes sociales, a San José, California, para participar del evento.

Los influenciadores locales que viajaron fueron:

- María José Villalón, influencer (@lajosevlog)
- Juan Cristóbal Lara, influencer (@eljuancri)
- Isaac Bahamondes, influencer (@AndroidVK)
- Diego Abarca, (@socialgram)

Ellos pudieron ser los primeros influencers locales en conocer y probar el nuevo smartphone y su tecnología incorporada. Además, recibieron equipos e hicieron paseos por San Francisco para testear sus distintas funcionalidades. Todo esto lo fueron registrando y subiendo a sus diferentes redes sociales.

### **Liveshop (17 de enero)**

Horas después de la presentación de Galaxy S24, se realizó el evento de livecommerce transmitido a través de la web oficial de Samsung. Éste fue conducido por el influencer y conductor de radio, Tomás Leiva @tomaselamigo, junto a Elías Inostroza, Master Trainer de productos móviles en Samsung.

Conéctate al

**Galaxy AI Shop**

Todo sobre nuestro último lanzamiento  
y **grandes ofertas**



La instancia, que había sido previamente difundida y que fue transmitida simultáneamente por los canales de Instagram, YouTube y TikTok de la marca, fue la ocasión perfecta para que los fanáticos chilenos de la Serie Galaxy conocieran y preguntaran por todos los detalles de este nuevo lanzamiento, y también para que accedieran a descuentos.

## **Presentación a amigos de la marca (18 de Enero)**



Para seguir generando expectación y conversación sobre Galaxy S24, realizamos un encuentro enfocado en los influenciadores amigos de la marca, para que ellos pudieran conocer y probar el nuevo teléfono de Samsung.

Fue así como los invitamos a un entretenido encuentro en el restaurante Malva Loca de CV Galería, en Vitacura. Asistieron 24 de los más cercanos amigos de la marca de Samsung (todos orgánicos), entre los que destacaron Ignacio Gutiérrez, Pamela Díaz, Jordi Castell, María Elena Dressel, Michelle Adam, Matías Vega y Josefa Izquierdo.

Para mantener la atención de los asistentes, sorteamos un equipo durante el evento, a través de una actividad que consistía en encontrar números que estaban escondidos en el lugar, y en un sorteo posterior, el número ganador se llevó el nuevo Galaxy S24.

Durante el evento, y posterior a éste, los asistentes publicaron contenido en sus redes sociales personales con el hashtag #GalaxyS24 #GalaxyAI

### **ETAPA 3 - PREVENTA (25 enero al 6 de febrero)**

#### **Reviews**

Se entregaron equipos en forma de review y seeding a influencers de tecnología, quienes generaron contenido en torno a sus primeras impresiones, testeo de features potenciados por Inteligencia Artificial y rendimiento durante el día. Entre estos contenidos destacan [Cristián Alarcón](#) (hexacris), [María José Villalón](#) (lajosevlog) e [Isaac Bahamondes](#) (isaac\_bahamondes).

Todos estos contenidos se enfocaron en tutoriales y testeo de features del nuevo smartphone, acercando el equipo a la rutina de cada reviewer.

**ETAPA LANZAMIENTO (7 febrero al 7 de mayo)**

**Workshop de Inteligencia Artificial (21 de febrero)**



Realizamos el workshop “Galaxy S24 presenta: El impacto de la Inteligencia Artificial Móvil” en el espacio Fxiona, un centro de exposiciones de arte local centrado en experiencias inmersivas, al que invitamos a la prensa especializada y varios creadores de contenido de redes sociales como Francisca Carvajal (@Panchasky), Santiago Allamand (@stgoallamand), Joaquin Escudero (@joapictex) y Alberto Siderey (@asiderey)

La instancia contó con presentaciones de CENIA (Centro local de Investigación de IA) que se asoció con Samsung para este lanzamiento, de Flow GPT (productor musical que utiliza IA para crear “artistas avatar” y nuevas canciones), y Elías Inostroza, Master Trainer de Samsung Chile para productos móviles.

En total, el evento logró una cobertura de 307 publicaciones a través de redes sociales, especialmente a través de Instagram, Facebook, Twitter, Threads y LinkedIn.

**Lanzamiento canción Flow GPT (22 de febrero)**

Los Samsung Members (denominación con que la oficina local de Samsung se refiere a clientes registrados en el programa de fidelidad incluido en algunos de sus dispositivos, en particular de telefonía móvil), influencers y prensa asistieron al lanzamiento de ‘[En Otra Galaxy](#)’, una nueva producción musical que fusiona el talento de Mauricio Bustos, creador de FlowGPT, con la innovación de la inteligencia artificial de Galaxy S24, convirtiéndose en el primer single de la marca potenciado por IA.



Este productor nacional se hizo famoso al crear la canción “Nostalgia” con IA, simulando ser Bad Bunny. El nuevo tema representa el compromiso de Samsung con la innovación y la importancia de la música para mover y unir a las personas.

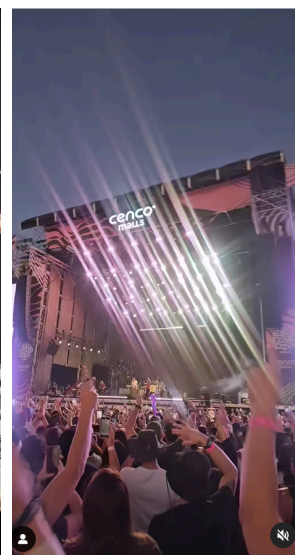
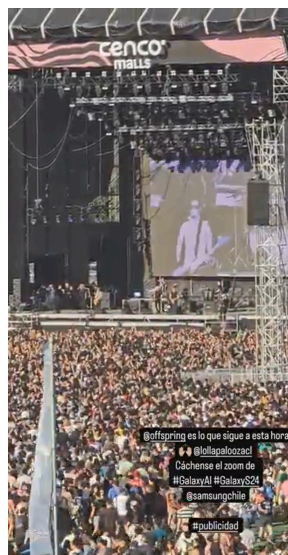
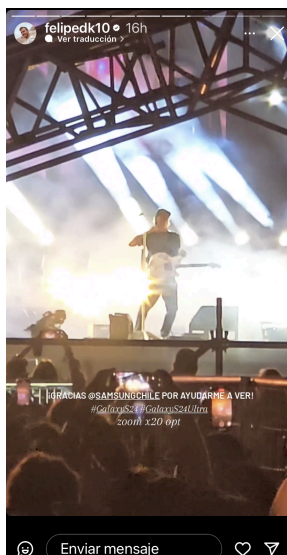
Los asistentes, además de disfrutar de un entretenido show en vivo, presenciaron demos del nuevo Galaxy S24 como Circle To Search, Live Translate y Photo Assist.

A todos los influenciadores se les solicitó que usaran el hashtag #GalaxyAlxFlowGPT para monitorear cada una de sus publicaciones en diversas redes sociales. Entre quienes fueron destacados Camila Santa Ana (@camisantaana), Fran Carvajal (@panchasky), Felipe Donoso (@felipedk10), Juan Cristóbal Lara (@eljuacri), Yohans Ogaz (@holasoycabezón), Fran Martínez (@nauornevers) y Yulia Savchenko (@lamadreloca\_)

Durante la velada, se generaron 72 publicaciones en Instagram (stories y posts en feed), Facebook, Twitter y Threads.

### **A Lollapalooza con S24 (15 a 17 de marzo)**

En el contexto de la nueva edición de Lollapalooza Chile, vimos la oportunidad de destacar características del S24 enfocadas en la creación de contenidos. Para esto, generamos un brief para los amigos de la marca que asistían al festival, para que compartieran su experiencia con todo el potencial del nuevo equipo, generando contenido absolutamente orgánico en redes sociales. Al festival asistieron: Felipe Donoso K. (felipedk10), Francisca Jorquera (@franjorqueraperiodista), Trini Guzmán (@holaleon), María José Villalón (@lajosevlog) y el medio Socialgram (@socialgram.cl) junto a Belu Sandoval (@conbelu).





## **Alianza con Karyn Co**



Gracias a la alianza que Samsung realizó con la diseñadora Karyn Co y su muestra “Just Another AI. Exhibition” realizada por WISE Innovation Studios, que destacaba una reimaginación de sus diseños con la ayuda de Inteligencia Artificial, se produjo un enlace orgánico con el lanzamiento del Galaxy S24 y sus funciones potenciadas por IA.

Bajo el umbral de esta sub campaña, se realizó un evento de lanzamiento con influencers y prensa, además de una visita privada solo para influenciadoras. Estas dos acciones fueron apoyadas por tres comunicados de prensa, el tercero de ellos destacando las opiniones de los diseñadores nacionales, Benjamín Valdés y Daniela Bustamante, que forman parte de los amigos de la marca Samsung.

### **4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN**

Durante la campaña se identificaron tanto desafíos como oportunidades para generar contenidos de alta calidad, alianzas estratégicas con medios y actividades de apoyo al lanzamiento. La prioridad siempre fue alcanzar las metas del cliente, sin embargo, se defendió por sobre todo el contenido. Esto nos permitió cumplir los siguientes objetivos, con un total de 39 teléfonos entregados

**1.202**

**PUBLICACIONES DE INFLUENCERS  
EN REDES SOCIALES**

(Instagram, Facebook, Youtube,  
TikTok, X, Threads)

**95%**

Superando en un **la meta lograda** por la campaña del año anterior, correspondiente a **S23**.