



sumate al
consumo
eficiente

CATEGORÍA 13

CAMPAÑA DIGITAL. WEB, SOCIAL MEDIA Y DIGITAL MÓVIL

SUMATE AL CONSUMO EFICIENTE

EDENOR | MDA | MENBA | COSTA TW

Dirección de Abastecimiento y Servicios | Marketing y Medios

Fabiana Colombo, Gabriela Broda, Pablo Nardelli, Nicolas Vergara, Nadia Sironi, Carolina Gómez, Carla Capezzuoli y Natasha Pino.

edenor



INTRODUCCIÓN

edonor es una empresa en constante evolución y desarrollo que pone en valor su historia, su presente y principalmente su visión de futuro; siempre sustentado en el objetivo de prestar un servicio de excelencia, eficiente y cercano, pero jerarquizando y destacando los ejes de innovación y sustentabilidad.

Con este compromiso definido, traza su identidad en un **ADN evolucionado que asume**, además, un espíritu transversal de educación con el objetivo de convertirse en el **referente de transformación cultural de los argentinos respecto de un consumo eficiente**.

El elemento diferenciador de mayor relevancia para impulsar este paso en la evolución de **edonor** es: **LA EDUCACIÓN COMO POSIBILITADOR DE CAMBIO**.

edonor lleva adelante una cultura de educación permanente que, de distintas maneras, atraviesa a los diversos estamentos de la compañía. Se destacan las nuevas alternativas para la optimización de la experiencia del servicio, la mejora constante en distintos aspectos de la red y procesos de prestación, la introducción de sistemas de redes inteligentes. Además, se desarrollan programas, iniciativas y acuerdos que **desde su conocimiento como la distribuidora más grande de la Argentina educan y promueven la reflexión, convocando a todos los argentinos a unirse al consumo eficiente para un mundo mejor**.

LA CAMPAÑA

SUMATE AL CONSUMO EFICIENTE es una campaña integral 360° que busca generar una transformación cultural, asumiendo la responsabilidad de ser la empresa distribuidora de energía eléctrica más grande de argentina.

LA PROPUESTA

La estrategia de la campaña define un discurso basado en el valor de la energía y el compromiso sobre el uso eficiente de la misma: **“Valoremos la energía y aprendamos a cuidarla. Con educación y conciencia hacia el consumo eficiente y el cuidado de nuestro planeta”**.

SUMATE AL CONSUMO EFICIENTE:

Se centra en cuatro ejes rectores persuasivos e informativos.

Innovación - Cercanía Ágil. Estar cerca es posible gracias a la tecnología, pero principalmente por tener una mirada innovadora que agiliza interacciones y contactos.



Eficiencia - Ser eficaz. Las acciones funcionales revisadas y mejoradas en busca de ser cada vez más eficaz en procesos e interacciones.

Conciencia - Consumo eficiente. Liderar con compromiso la transformación cultural de los clientes y argentinos hacia la adopción de iniciativas que cuiden la energía.

Sustentabilidad - Un mundo mejor. Asume el desafío de realizar lo necesario para promocionar el desarrollo sostenible, tener en cuenta el impacto en la comunidad y el planeta.

A partir de estos ejes rectores se definen **Campañas** en medios masivos y redes sociales. **Acciones** con hitos relevantes. **Activaciones** con interrelaciones con los clientes.

EL DESARROLLO

En el marco de la evolución de la comunicación de **edenor** 2023-24, y apoyada en su ADN, se establecen cuatro ejes rectores que definen el planeamiento estratégico de la compañía.

La estrategia de posicionamiento se organiza con una línea de comunicación general, un discurso paraguas, que engloba dichos ejes y establece la evolución del posicionamiento de la compañía.

La campaña **SUMATE AL CONSUMO EFICIENTE** fue lanzada a mediados de 2023 y hasta el día de hoy sigue vigente debido a la relevancia del tema energético en nuestro país y el mundo.

La difusión de la campaña abarcó un ecosistema 360° en todos los canales de comunicación. Específicamente en el entorno digital, se definió una estrategia de acompañamiento al lanzamiento en los medios masivos, abarcando redes sociales, paid media, Meta Ads, Google Ads y los sitios web de la compañía.

Cada pieza comunicacional adaptó el discurso y la materialidad según el público objetivo, llegando con el mensaje adecuado a cada segmento. El lanzamiento partió de una pieza central, el video "CONCIENCIA" de 74 segundos, que contiene el espíritu de la campaña desarrollada con microhistorias en las que se ven involucrados todos los actores de nuestra sociedad. La campaña introduce a cada uno de ellos como partícipes activos de una cruzada hacia el **consumo eficiente**.

Como parte de la estrategia, estas historias se desagregan en microepisodios combinados de manera diferente para potenciar el mensaje. Como parte del sistema, **edenor** asume y muestra su compromiso con la causa a través de sus acciones.

Innovación - Secuencia de microepisodios en modo intimista y documental donde se muestra a clientes utilizando las herramientas de **edenor** para un consumo eficiente y también la

interacción con integrantes de **edenor** que explican o ayudan ante una situación. En los microepisodios se evidencia el día a día de los clientes y se pone de manifiesto una actitud comprometida con el cuidado de la energía y el servicio que brinda la compañía.

Obras - Secuencia de microepisodios en modo intimista y documental donde se se vivencia el día a día del personal de **edenor** y se pone de manifiesto su actitud responsable y comprometida con el trabajo que desarrollan en la gestión de obras que mejoran la infraestructura y la calidad del servicio.

Conciencia - Secuencia de pequeños microepisodios con historias simples y cotidianas que pueden adoptarse para realizar un consumo más eficiente, donde se identifican los distintos públicos que están involucrados en la campaña proponiendo el cambio de actitud - consumo habitual vs. consumo eficiente.

EL DESARROLLO POR EJES

CONCIENCIA – EDENORCHICOS

edenor entiende que la educación es un eje primordial para generar la transformación cultural, y los más pequeños representan un público clave. Por eso, desarrollamos piezas dirigidas exclusivamente a este público, apalancadas en nuestro sitio web www.edenorchicos.com.

Creamos **dos animaciones dirigidas a los chicos**, presentadas en formato de microepisodios. La difusión digital se enfocó en **YouTube** con una estrategia de awareness en **canales dedicados a menores de 12 años**. También utilizamos **pauta programática en juegos**, ofreciendo la visualización completa de ambos videos como premio para seguir jugando o acceder a una nueva vida.



EFICIENCIA – OBRAS

edenor consolida un perfil como una empresa eficiente a la constante evolución de su modelo de prestación, en la cual el servicio alcanza altos rendimientos y la llevan a ser una de las distribuidoras eléctricas con los niveles de satisfacción de usuarios más altos de la región.

Esto se traduce en un servicio que cada día es más eficiente, logrando ser la empresa con menor tasa de cortes del país, y obteniendo las máximas certificaciones internacionales de calidad, gestión ambiental y seguridad.

En una primera etapa se desarrollaron piezas audiovisuales vinculadas a grandes obras de infraestructura como subestaciones o grandes extensiones de tendido de red. La idea desde un comienzo fue mostrar cada obra desde diferentes ángulos para poder darle mayor espectacularidad y sobre todo la dimensión del trabajo, incluyendo información adicional que permita comprender el tamaño de la obra y el alcance de la misma.

En una segunda etapa, el objetivo fue visibilizar nuestro plan de inversiones a partir de videos vinculados con obras en distintos municipios con el fin de vivenciar el día a día del personal de **edenor** y los trabajos que se realizan en la vía pública, para mejorar la infraestructura y la calidad del servicio.

La estrategia fue mostrar el alcance en función de la cantidad de clientes beneficiados con cada obra.

La difusión de ambas etapas se basó en una **estrategia de awareness mediante segmentación geolocalizada en Meta y Google**, con el objetivo de llegar a los vecinos beneficiados con material relevante. La geolocalización se implementó en función del impacto de la nueva obra en el municipio o localidad beneficiada, **permitiendo que cada vecino vea el alcance de las inversiones eléctricas en su barrio**.

Para ello, se generaron piezas con campos dinámicos que llevaban al portal de obras: obras.edenor.com, un sitio donde se muestran todas las obras de alta, media y baja tensión realizadas en cada municipio y se complementó con el envío de un e-mail marketing dirigido únicamente a esos vecinos.

Como parte de esta estrategia se rediseño el sitio del portal de obras, que posibilitó cambios en la forma de visualizar las inversiones realizadas. Logrando identificar el acumulado de obras realizadas de 2017 a la fecha y distinguir aquellas correspondiente al año en curso.



ROBO DE ENERGÍA / PAUTA EN MARKETPLACE (FACEBOOK)

Asimismo, utilizamos contenido promocionado en Meta en la sección Marketplace. Allí se ofrecen por intermedio de publicaciones obtener la prestación que posibilite el robo de energía a través de diferentes variantes.

Por este motivo, y para poder neutralizar esta situación, se desarrolló una estrategia de promoción donde se hacía foco en el delito y la peligrosidad que conlleva la manipulación de instalaciones eléctricas y el robo de electricidad propiamente dicho.

El contenido impactaba directo en todos aquellos que ingresaban al Marketplace para visualizar esos avisos.



INNOVACIÓN – CERCANÍA ÁGIL

edenor incorpora la tecnología más avanzada de la Argentina aplicada al control de servicio, recibiendo reconocimientos por sus políticas de innovación. Así, la empresa se ubica hoy a la vanguardia regional en el desarrollo de herramientas para la optimización de la experiencia de servicio por parte del cliente.

Dentro del proceso de innovación destacamos que **edenor** posee el telecontrol como un elemento de la red eléctrica que posibilita brindar una respuesta rápida y restablecer el servicio sin la intervención de personal técnico en el lugar. Con esta tecnología logramos que el 20% de los afectados recupere el servicio en menos de tres minutos, y que el 50% lo haga en menos de quince minutos.

La difusión de este contenido consistió en el desarrollo de una animación que representa todo el proceso de normalización del servicio vinculado con los indicadores de calidad que muestran el desempeño de la compañía.

Al mostrar los indicadores, se evidencia la evolución de la empresa, incorporando tecnología que puede reducir las interrupciones y restablecer el servicio de forma más rápida para el beneficio de todos los clientes.

La animación se diseñó para articular una fácil comprensión de un proceso tecnológico complejo de entender para quienes no están habituados a interactuar con contenido vinculado con redes eléctricas inteligentes.



Otra innovación destacada, **es el simulador de consumo**, una herramienta que permite estimar el valor de la factura en función del uso de los electrodomésticos del hogar. La URL para acceder es simulador.edenor.com

Con este desarrollo, la compañía puso a disposición de los clientes toda la información necesaria para saber cuánto pagará según el consumo en kilowatt hora (kWh). Conocer cuál es el consumo de cada electrodoméstico permite a los clientes ahorrar en sus facturas y controlar el tiempo de encendido de cada artefacto. Así se brindan las herramientas para que clientes y público en general administren su consumo eléctrico de forma más eficiente.

Esta herramienta formo parte principal de la estrategia de comunicación de la campaña SUMATE AL CONSUMO EFICIENTE siendo el call to action (CTA) en todas las piezas y creatividades que se desarrollaron para cada canal.



LOS RESULTADOS

Nuestra estrategia de pauta digital se implementó principalmente en Meta y Google, con un fuerte enfoque en acciones de geolocalización y remarketing que maximizaron nuestro alcance y engagement.

La campaña tuvo un impacto alto, obteniendo los siguientes resultados:

Logramos **238.437.596 impresiones en más de 750 mil emplazamientos**, alcanzando una amplia visibilidad de nuestras piezas en toda nuestra área de conceción y llegando a todos nuestros públicos de interés.



Nuestros videos captaron la atención con **48.478.492 reproducciones** en YouTube y la red de Google y Meta. La **tasa de visualización promedio fue del 63,2%**, reflejando el interés sostenido en nuestros mensajes y la relevancia del contenido para nuestra audiencia. Superamos ampliamente la tasa media de reproducción del mercado.

La **tasa de frecuencia de vistas por pieza fue de 1.2**, logrando un equilibrio óptimo entre alcance y repetición.

Generamos **41.227.676 clics totales efectivos**, demostrando un alto nivel de interacción y respuesta por parte de nuestra audiencia. Esto se refleja en una baja tasa de rebote y una permanencia cercana a los 3 minutos en nuestros ecosistemas digitales, como el simulador de consumo, el portal de obras y el sitio web institucional.

Estos resultados reflejan la efectividad de nuestra estrategia digital y el impacto positivo de las acciones de marketing.

La estrategia de fragmentación y microsegmentación del contenido junto a la elaboración de audiencias personalizadas como eje de nuestra estrategia, nos permitió generar un alto nivel de relevancia. Nos propusimos triplicar el promedio de reproducción efectiva de las plataforma de video utilizadas, bajar a un dígito el porcentaje de rebote de nuestros CTA, impactar efectivamente al 100% de la audiencia georeferenciada, aumentar la presencia y reputación digital de la marca e incrementar positivamente todos los KPIs de audiencia, alcance y engagement a lo largo de todo el período de nuestras campañas.

edenor^o

edenor.com