

**Número y nombre de la categoría a inscribirse:** 20 campaña general de difusión

**Capítulo:** general

**Título del caso:** La cosecha más linda del mundo

**Nombre compañía:** Ocean Spray

**Área(s):** INFLUENCERS

**Personas responsables:** Benjamín Schipper

### **Introducción (planteo y diagnóstico)**

El año 2013, en el sur de Chile se abrió un campo de oportunidades para un grupo de productores de cranberry provenientes de Canadá y Estados Unidos. Pero estas oportunidades finalmente se reflejaron también en las familias de la región de Los Lagos.

Tradicionalmente, la cosecha de cranberry es una de las más hermosas del mundo, ya que para proteger la fruta y sus campos, el proceso consiste en inundar las plantaciones con agua de río para que la fruta flote y se retire con el máximo cuidado. Esto no solo proporciona un espectáculo precioso, sino que también todo el agua utilizada se reutiliza para el riego.

Por primera vez en la historia, un país fuera del continente norteamericano se posicionó no solo como productor del fruto, sino como exportador y uno de los principales exponentes de la industria a nivel mundial, traspasando el poder del cranberry a tierras nacionales y con ello, mejorando la calidad de vida de cientos de familias de la zona, que hoy sienten un verdadero orgullo por lo cosechado.

Sin embargo, la gente no lo sabía. Era el momento preciso para socializar esta realidad de una manera estratégica y en el corto plazo.

### **2) Propuesta/ enunciado de campaña (estrategia)**

Para hacer una estrategia que lograra impactar a una exigente audiencia digital, nos propusimos los siguientes objetivos:

- Instaurar como tema de conversación el poder del cranberry, a través de un contenido funcional y lo emocional con un squad de influencers lifestyles, KOL y del área de la salud.
- Educar y conectar temas asociados al fruto, con el fin de incrementar el *awareness*, sentiment y visibilidad de este.

La estrategia consistió en acercarnos a una audiencia, que desconoce la relevancia del cranberry y todas las propiedades que posee para nuestra salud. Para esto era necesario unirlos de una forma que se generara un contenido atractivo, viralizable y que por supuesto lograra empatizar y reforzar el compromiso y los valores de Ocean Spray.

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

Para llevar a cabo esta campaña, nos propusimos un FamTrip con Ocean Spray, para crear una experiencia única y enriquecedora, con el objetivo de conectar de manera auténtica a nuestros influencers con la esencia de la marca, para así lograr la creación de un contenido genuino y atractivo.

Para darle mayor visibilidad a esta experiencia, no solo nos centramos en el alcance masivo de los influencers, sino que también en proporcionar una experiencia educativa y memorable. Queríamos que nuestro squad de influencers, experimentara de primera mano el ciclo de vida del cranberry, desde la plantación hasta la cosecha, y entendieran la importancia de este fruto para la comunidad y el medio ambiente.

El FamTrip incluyó una visita inolvidable a la plantación de cranberry, donde los influencers pudieron sumergirse en los campos, interactuar con los agricultores locales, y participar en talleres donde aprendieron sobre las propiedades y usos del cranberry. Esta experiencia no solo educó a los participantes, sino que también resaltó el compromiso de Ocean Spray con la sostenibilidad y la innovación.

Como era de esperarse, la campaña se viralizó, estuvo en los mejores programas de televisión e influencers del país, consolidando a este FamTrip en el mercado nacional, generando una visibilidad sin precedentes, construyendo una identidad de marca sólida.

#### **4) Resultados y evaluación**

¿Los resultados? IMPACTANTES.

**En solo dos semanas logramos:**

- **198 publicaciones en prensa.**
- **Más de 100 millones de personas alcanzadas.**
- **Un Ad Value de 1 MM de dólares.**
- **271 publicaciones orgánicas de influencers.**
- **10.7 millones de personas alcanzadas.**
- **Un Social Value de 200 mil dólares aprox.**