

sitio web
www.edenor.com

CATEGORÍA 16
CAMPAÑA WEB

EDENOR | ECLOUD AGENCY

Dirección de Abastecimiento y Servicios – Marketing y Comunicaciones

Fabiana Colombo, Gabriela Broda, Pablo Nardelli, Carolina Gómez (**edenor**) y Agustin Ciccioli (**ecloud agency**)

edenor

DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL DEL CASO

edenor renovó por completo su sitio web para transformar la manera en que millones de personas se conectan con la compañía. El rediseño partió de una premisa tan simple como ambiciosa: que cualquier persona —un cliente, un inversor, un periodista o un vecino— encuentre lo que busca de forma fácil, rápida y clara, desde cualquier dispositivo.

Más que una actualización visual, el proyecto repensó toda la experiencia de navegación a partir de las necesidades reales de quienes usan el sitio.

INTRODUCCIÓN

edenor es la distribuidora de energía eléctrica más grande de la Argentina y brinda servicio a más de 9 millones de personas dentro de su área de concesión. En ese contexto, su sitio web es mucho más que una página: es una de las principales puertas de entrada para clientes, usuarios, inversores, proveedores, medios, organismos públicos y la comunidad en general.

En los últimos años, la forma en que las personas navegan cambió profundamente. El celular se consolidó como la pantalla principal, las búsquedas son cada vez más inmediatas y la paciencia frente a una experiencia confusa es cada vez menor. Hoy los usuarios esperan sitios simples, claros y que respondan al instante.

Frente a ese escenario, **edenor** impulsó el rediseño integral de su sitio institucional, www.edenor.com, poniendo a las personas y su experiencia en el centro de cada decisión de diseño.

OBJETIVO

El rediseño se propuso:

- Simplificar el acceso a los trámites, servicios e información más buscados, reduciendo pasos y esfuerzo.
- Ofrecer una experiencia pensada para el celular, en sintonía con la forma en que hoy navega la mayoría de los usuarios.
- Modernizar la identidad visual del sitio y reforzar su coherencia con la marca.
- Consolidar a www.edenor.com como el principal canal de comunicación de la compañía, accesible y claro para todos sus públicos.

PÚBLICO OBJETIVO

El sitio se dirige a la diversidad de públicos que se relacionan con **edenor**: clientes y usuarios del servicio, inversores y analistas, proveedores, medios de comunicación, organismos públicos y la comunidad en general. Cada uno llega con necesidades distintas, y ese fue justamente el desafío: diseñar una experiencia capaz de orientar a todos de forma simple, sin importar qué buscan.

PROPUESTA

El proyecto se apoyó en una convicción: una buena experiencia no se diseña desde la intuición, sino desde el conocimiento real de las personas que van a usarla.

Por eso, antes de diseñar la nueva experiencia, se escuchó a los públicos. Se realizaron entrevistas en profundidad con visitantes de cada público del sitio para entender cómo navegan, qué buscan y con qué dificultades se encuentran. En paralelo, se organizaron workshops con las distintas áreas de **edenor** para incorporar su mirada experta y detectar oportunidades de mejora en los contenidos y en la organización de la información.

Todo lo aprendido se convirtió en la base del rediseño: definió la nueva arquitectura de la información, los recorridos de navegación, los contenidos y las funcionalidades principales. El norte fue siempre el mismo: convertir a www.edenor.com en el principal canal de comunicación de la compañía, ahora más útil, accesible y preparado para los nuevos hábitos digitales.

DESARROLLO

El rediseño se materializó en mejoras concretas, todas pensadas para que la experiencia fuera más simple y cercana:

Una navegación pensada desde el usuario: se reorganizaron las secciones, los menús y los contenidos para que cada persona llegue en pocos pasos a los trámites y servicios que más consulta. La información dejó de ordenarse según la estructura interna de la empresa y pasó a organizarse según lo que la gente realmente busca.

Diseño mobile-first: se diseñó el sitio pensando primero en el celular —la pantalla desde la que hoy navega la mayoría— y luego se adaptó al resto de los dispositivos. El resultado es una experiencia más legible, ordenada y fácil de usar en cualquier teléfono.

Buscador inteligente: se incorporó un buscador potenciado con inteligencia artificial que reconoce las distintas formas en que cada persona nombra una misma necesidad. Con más de 2.000 términos contemplados, ofrece resultados precisos, aunque el usuario no use las palabras "oficiales".

Un sitio más fácil de encontrar: se ordenaron los contenidos y las preguntas frecuentes para que el sitio aparezca mejor posicionado en Google y otros buscadores, e incluso en las nuevas herramientas de inteligencia artificial que hoy responden las consultas de las personas.

Alertas climáticas en tiempo real: se integraron las alertas oficiales del Servicio Meteorológico Nacional, que informan al instante sobre fenómenos que pueden afectar el servicio. Una herramienta clave para anticiparse y mantener informada a la comunidad.

Accesos rápidos a lo más importante: se identificaron las gestiones más frecuentes y se pusieron al alcance de un clic, para que iniciar un trámite o encontrar información clave lleve menos tiempo y menos pasos.

Recursos interactivos y educativos: se sumaron herramientas que invitan a participar y aprender, como una trivia sobre el uso eficiente de la energía y una factura interactiva que explica, de forma visual y sencilla, qué significa cada concepto.

Información financiera al día: se incorporó un gráfico interactivo que muestra, día a día, la cotización de la acción de **edenor** en las bolsas de Buenos Aires (BYMA) y Nueva York (NYSE), pensado especialmente para inversores y analistas.

Ayudas en el momento justo: se agregaron pequeñas ayudas visuales y enlaces de interés que explican términos técnicos mientras la persona navega, para que nadie se quede con dudas.

Una identidad visual renovada: se renovó por completo la imagen del sitio con un diseño más moderno, limpio y coherente con la marca, que refleja la identidad actual de **edenor**.

RESULTADOS

El nuevo www.edenor.com es hoy un sitio más moderno, dinámico y fácil de usar, con una identidad visual renovada y plenamente alineada con la marca.

Como principal canal de comunicación de la compañía, su alcance se refleja en los números.

Durante el período abril/25 – abril/26 fue visitado por más de **3 millones de usuarios únicos**, que representaron más de **6 millones de sesiones**.

Estos visitantes se mantuvieron en la página alrededor de **3 minutos** y visitaron **16 millones de páginas.**

Un dato confirma el acierto de la estrategia: el **57,2%** de las visitas se realizó desde **dispositivos móviles**. La apuesta por un diseño mobile-first respondió, exactamente, a la manera en que las personas eligen conectarse hoy con **edenor**.

.

edenor.com

