



ACERCA DE ENTEL

Entel es un operador líder de telecomunicaciones en **Chile** y cuenta con la infraestructura más moderna de la industria. Fundada en 1964, Entel fue la primera en lograr importantes hitos en Latinoamérica, como instalar la primera estación satelital en 1968, en Longovilo. Así también, en 2001 fue la primera en lanzar servicios de Banda Ancha Móvil, y en 2005 la primera en lanzar la primera red de telefonía móvil de tecnología 3.5G en Latinoamérica. En 2011 también fue el primer operador en alcanzar velocidades de descarga de hasta 22 Mbps.

En Entel, **la innovación y la capacidad de adaptación** son parte de los pilares culturales de la compañía, por lo que la propuesta es que cada colaborador se desafíe en forma constante y busque nuevas oportunidades para entregar un mejor servicio.



ALCANCE PUBLICITARIO

Twitter es el medio elegido para amplificar los mensajes de la marca y ser relevantes frente a los usuarios.

7.3M

Usuarios en **Chile**

.....

70%

de los usuarios interactúan diariamente, **1 de cada 2** más de una vez por día

.....

+408K

seguidores de **@entel**



DESAFÍO

La misión de Entel es estar al frente de la innovación y ser un referente de las telecomunicaciones. Desde su comunicación, busca estar a la vanguardia ya sea desde los mensajes, como de los canales de comunicación que elige.

En 2010, comienza a incluir a Twitter dentro de su plan de medios con el fin acompañar la evolución de la marca en su incursión en medios digitales. Hoy, Twitter deja de ser para Entel un medio receptivo, para construir un espacio de conversación donde una marca, comprometida con los sucesos de Chile, conecta en forma significativa con su audiencia.

SOLUCIÓN

Entel elaboró una estrategia **Always-on** en Twitter con el objetivo de amplificar los mensajes de la marca y de transmitir un engagement único a través de las múltiples posibilidades creativas que brinda la plataforma.

Dejando atrás una imagen fría de una compañía TELCO, **Entel se posiciona como una marca conectada con la realidad chilena de la mano de Twitter.**

PILARES DE LA ESTRATEGIA ALWAYS-ON



COMPLEMENTO DE LA PAUTA DE TV

Para Entel, Twitter es un medio mainstream debido al alcance que puede obtener en sus campañas. La marca número 1 en telecomunicaciones de Chile, elige Twitter para masificar sus mensajes y comunicaciones publicadas en televisión.



CONECTAR CON LAS PASIONES DE LA AUDIENCIA

Uno de los objetivos de la presencia de la marca en Twitter es **potenciar sus patrocinios, como la Maratón de Santiago, el festival de Viña o la Selección Chilena de Fútbol**, logrando una gran conexión emocional con la audiencia.



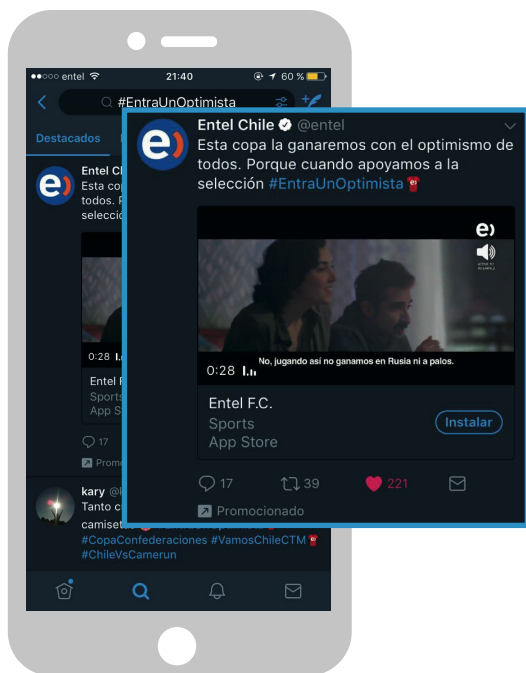
SER DUEÑO DEL CONTEXTO Y LIDERAR LA CONVERSACIÓN

Los usuarios de Twitter componen una audiencia activa y muy está conectada con los sucesos actuales. Entel participa en eventos del deporte y del espectáculo relevantes en Chile y participa de las conversaciones entorno a esas actividades en Twitter para obtener una propagación sin igual de los mensajes dentro de contextos específicos.



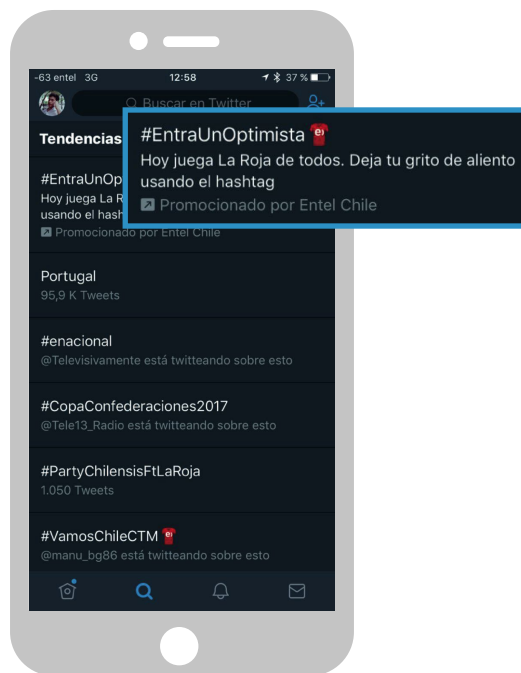
FORMATOS PREFERIDOS

@ENTEL ELIGE FORMATOS NO TRADICIONALES PARA AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LOS USUARIOS Y CAPTAR SUS CONVERSACIONES.



FIRST VIEW

First view pone a @entel en el centro de la escena, frente a toda la audiencia de Twitter para lograr el máximo alcance en sus publicaciones. **Al ingresar al timeline y en la barra de inicio, lo primero que se ve es un mensaje promocionado de la marca.**



PROMOTED TRENDS

Con Promoted Trends, **las marcas pueden adueñarse del contexto y aparecer en primer lugar en el buscador de tendencias.** Cuando los usuarios utilizan un hashtag determinado, se generan conversaciones más allá de una campaña patrocinada logrando un engagement único y de apariencia orgánica.



BRANDED EMOJI



@entel llevó los hashtags a otro nivel en varias campañas con estos formatos. **Cuando la comunidad de Twitter publica un hashtag aparece de forma automática un emoticón en su tweet,** propagando el mensaje de forma visual por toda la plataforma.



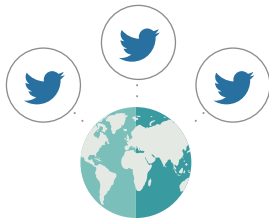
LAS CLAVES DEL ÉXITO

.....



@ENTEL NUNCA ESTÁ OFFLINE

Más allá de apalancarse en eventos relevantes, la marca establece una frecuencia y consistencia en la comunicación mediante campañas **Always-on**.



EL PERFIL DE LA AUDIENCIA EN TWITTER

No se trata de una micro audiencia, sino de **millones de usuarios ávidos de información** que buscan establecer una conversación directa con la marca.



ELECCIÓN DE FORMATOS ATRACTIVOS

Entel busca innovar en la combinación de distintos formatos para sus campañas. La elección de nuevos formatos, como anuncios de video o branded emoji, contribuyó a **aumentar los índices de engagement..**



“Entel juega un rol muy vanguardista en Twitter, donde alcanzamos un engagement único a través de una estrategia Always-On. Es el medio preferido para amplificar la presencia de la marca en actividades relevantes del país donde somos patrocinadores, y así, Twitter nos ayuda a tangibilizar el vínculo con la audiencia.”

Serge de Oliveira

Jefe de Marketing Digital | ENTEL

Escribenos para saber más acerca de las posibilidades que Twitter ofrece para tu negocio.



www.imscorporate.com | twitter@imscorporate.com | @IMSCorp