



¿Cómo logró una marca de telecomunicaciones diferenciarse de sus competidores durante el lanzamiento más esperado del año por la audiencia chilena?

Ante el lanzamiento del iPhone 6 en Chile, Claro aprovechó los productos promocionados de Twitter para alcanzar el target adecuado con mensajes a medida.

Claro Chile es filial de América Móvil, el tercer operador de telecomunicaciones en el mundo y el más grande de Latinoamérica. Con más de 260 millones de clientes en 18 países, ha generado importantes alianzas internacionales, entregándoles a sus clientes los mejores servicios y la tecnología más avanzada.



LA OPORTUNIDAD

En el marco del lanzamiento del **iPhone 6** en Chile, Claro se enfrentó al reto de adueñarse de las conversaciones sobre ese evento, diferenciándose de sus competidores, y asociándolo fuertemente con los valores de la marca.



LA ESTRATEGIA

@clarochile_cl detectó en Twitter a la audiencia interesada en el lanzamiento y conversó con ellos a través de Promoted Tweets, invitándolos a contar por qué deseaban tener un iPhone 6. A su vez, para potenciar su alcance, utilizó un Promoted Trend con el nombre **#ClaroQueLoQuiero** el día en que el iPhone 6 llegó al mercado chileno y sorteó 2 teléfonos entre todos los que utilizaran el hashtag.



3 CLAVES PARA EL ÉXITO

#01

ORGANIZA SORTEOS Y CONCURSOS QUE MOTIVEN A LOS USUARIOS A LA ACCIÓN

Los días previos al lanzamiento, **@clarochile_cl** llevó a cabo una campaña incógnita en **www.claroqueloquiero.cl** a través de la cual, sin decir de qué producto se trataba, se invitaba a todas las personas a contar por qué lo querían utilizando el hashtag **#ClaroQueLoQuiero** en Twitter. El día de la llegada del iPhone 6 a Chile, la marca develó el misterio y propuso a la audiencia el sorteo de un teléfono por cada 50.000 menciones del hashtag que se consiguieran.

La alianza con diferentes embajadores - periodistas, bloggers y actores chilenos- fue clave para amplificar el mensaje y lograr mayor participación.



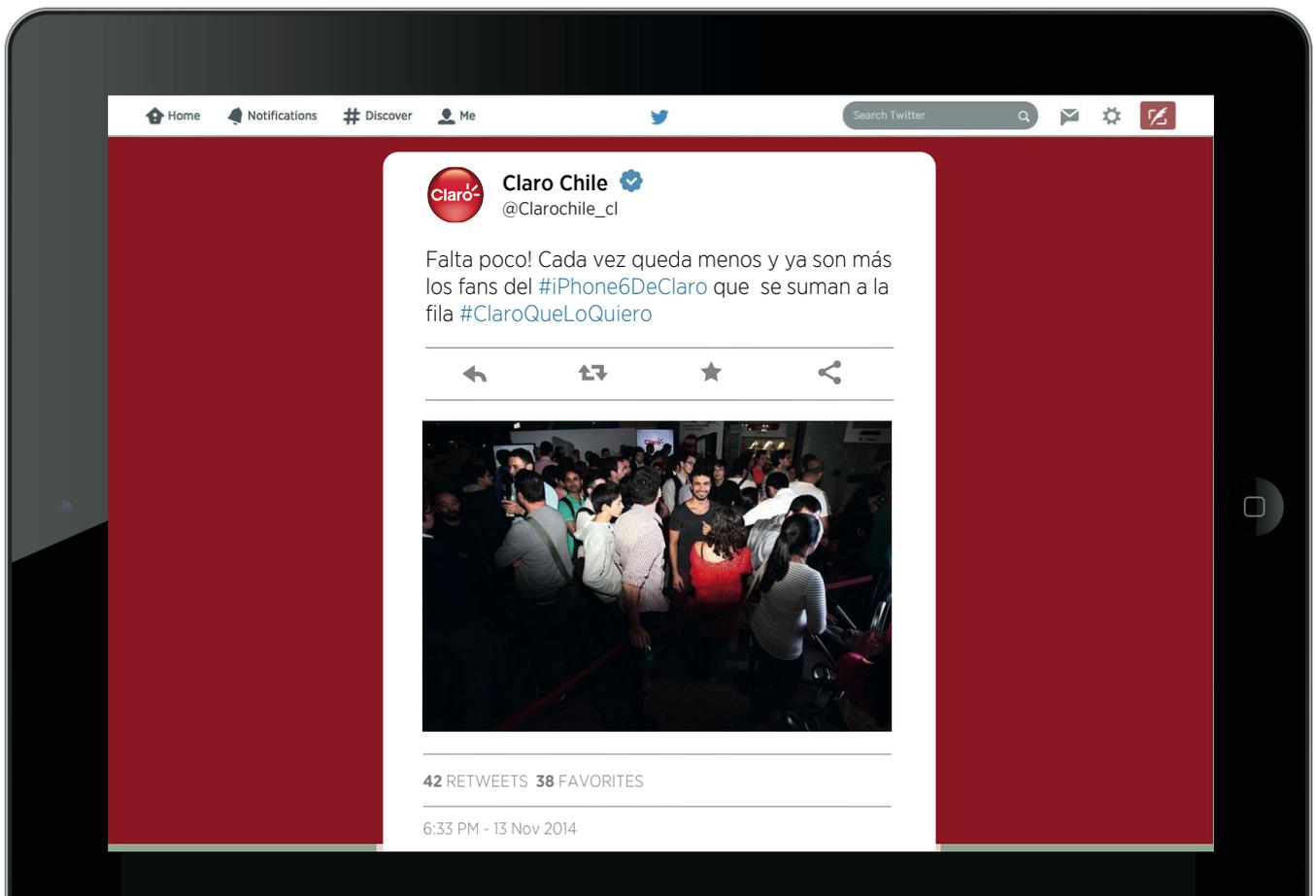
#02

USA LOS EVENTOS PARA PROMOVER LA INTERACCIÓN

Los eventos en vivo brindan una gran oportunidad de interactuar con la audiencia en Twitter.

El día anterior al arribo del iPhone 6, @clarochile_cl organizó un evento para anunciar su propuesta. A través de Promoted Tweets, la marca dio acceso exclusivo a los usuarios mostrando quiénes fueron los primeros en obtener su iPhone 6, las celebridades que asistieron, los premios que se sortearon, los shows en vivo, etcétera.

A través del live tweeting, la marca logró contar el minuto a minuto del gran evento del año y llegar a la audiencia deseada mediante una segmentación basada en usuarios y palabras clave como “iphone”, “Apple”, “concurso”, “iphone6”, “celular”, “lanzamiento”, entre otras.

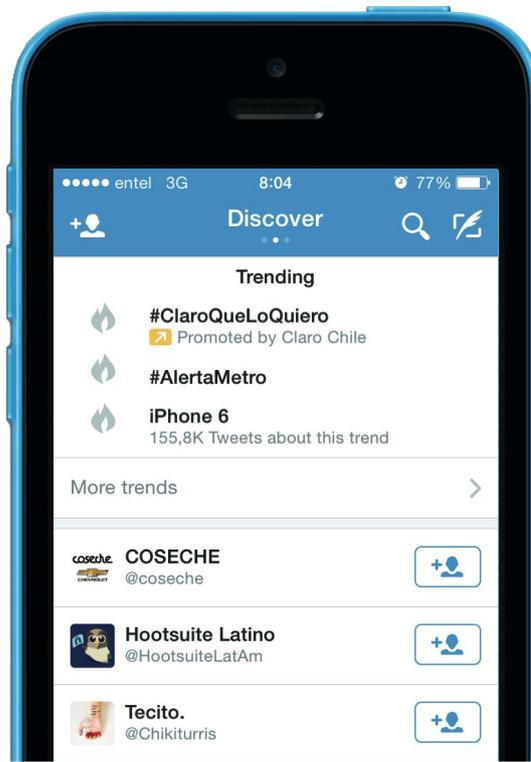


#03

ADUÉÑATE DE LA CONVERSACIÓN ELIGIENDO EL HASHTAG APROPIADO

La llegada del nuevo iPhone había generado una expectativa muy grande entre los ciudadanos chilenos, y todos deseaban tenerlo en sus manos. La marca se apoyó en ese concepto, y creó un hashtag que permitiera a los usuarios asociar el lanzamiento a su marca y no solamente al producto.

El 14 de noviembre se lanzó el iPhone al mercado y @clarochile_cl contrató un Promoted Trend con el hashtag #ClaroQueLoQuiero que le permitió hacer crecer las conversaciones sobre el tema logrando resultados impactantes.




EL ÉXITO

La campaña logró resultados asombrosos, triplicando los del lanzamiento del iPhone 5.



Además, el hashtag #ClaroQueLoQuiero fue tendencia orgánica durante 3 días consecutivos.



TESTIMONIO

“Al integrar Twitter Ads en nuestra estrategia pudimos amplificar en tiempo real el lanzamiento del iPhone 6, lo que generó una mejor conversación de los usuarios entorno al hashtag #ClaroQueLoQuiero permitiendo ser tendencia orgánica antes que activáramos nuestro Promoted Trend. El resultado fue lograr un mayor impulso a nuestra campaña, posicionando a Claro como la marca con más participación sobre la industria”.

.....

Sara Ferrada Córdova

Head of Media and Social Networks
Claro Chile

.....



LOS SOCIOS

La campaña **#ClaroQueLoQuiero** fue desarrollada en conjunto con la agencia creativa **Asteroid** del grupo IPG, y la agencia de Redes Sociales **Socialyse** (@socialyse_cl) del grupo Havas.

Contacta a IMS SOCIAL, Twitter's Ad Sales Partner en LatAm,
para saber más acerca de las posibilidades que Twitter ofrece para tu negocio.

 [@IMSCorp](https://twitter.com/IMSCorp) | twitter@imssocial.com

www.imscorporate.com