

NOMBRE DEL CASO.**CAÑAS**

Anunciante:

Servicio Satelital, Argentina

Agencia:

di Paola & asociados | WPP

**Descripción de la empresa y del producto o servicio:**

Servicio Satelital es un proveedor de Internet vía satélite con 10 años de trayectoria en el mercado. Ofrece una conexión de banda ancha a través de satélite, lo cual tiene el beneficio de una mayor seguridad y por lo tanto puede aplicarse perfectamente para las transacciones por cajeros automáticos, sin importar la distancia a la que se encuentren de la casa central del banco. Los competidores que brindan el mismo servicio no presentan diferencias notables de precio, pero sí utilizan una tecnología más antigua que puede ocasionar colisiones frecuentemente. Servicio Satelital utiliza una tecnología más actual, que disminuye las probabilidades de colisión.

Descripción de la situación del mercado:

El mercado al que se apunta con este servicio es acotado. En general son grandes empresas potencialmente interesantes pero que presentan altas barreras al momento de alcanzarlas. Al no ser un producto muy usual, uno de los grandes desafíos con el que nos encontramos es identificar quién puede valorar un servicio satelital de calidad dentro del mercado. Además, la decisión de compra no recae en una sola persona.

Sabíamos que en algunos bancos el que tomaba la decisión inicial de instalar ATM remotos era el responsable de Producto, y en otros era la persona encargada de Sistemas.

Target (público objetivo):

Gerentes de IT y de Producto de los principales Bancos del país, que puedan utilizar un servicio de Internet Satelital.

Objetivos de la campaña:

- 1) Concertar entrevistas de los vendedores en las empresas prospects.
- 2) Lograr generar entrevistas con al menos el 50% de los prospects.
- 3) Posicionar a Servicio Satelital como el proveedor de soluciones comunicacionales para lugares remotos.

Estrategia:

Para completar la base de bancos, se llamó a cada uno de ellos para identificar quiénes eran los responsables de Marketing y Tecnología. Si bien es una campaña enfocada a todos los Bancos, se armaron los primeros lotes de envíos según el potencial de cada uno.

Se tomó la decisión de atacar a ambos cargos, con la intención de que se junten para hablar de la posibilidad de crecimiento que les brinda Servicio Satelital. Para esto trabajamos con el concepto **“Un equipo se compone de varias partes”**. Para demostrar la necesidad de tener el equipo completo, a los Gerentes de IT se les envió una caja conteniendo dos reeles y a los de Marketing una con dos cañas. El mensaje tenía un fuerte “call to action” a que se junten uno con otro para poder tener el equipo completo.

El envío tuvo una fuerte componente de personalización. Los folletos tenían personalizado el nombre de la persona con la que cada uno se tenía que combinar dentro de su organización para formar el equipo.



Resultados:

Plazo (fechas de inicio y terminación)	Abril – Agosto 2006
Tiempo de duración de la campaña	5 meses
Inversión total	\$5.500
Cantidad de impactos	30 (20 enviados hasta el momento)
Costo por impacto	\$ 183
Total de leads generados	15
Tasa de respuesta para leads	75%
Costo por lead	\$ 343

Premios obtenidos: AMDIA 2006, Echo Leader 2007, Finalista Caples 2007