

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