

02.12.16

'Reparte Flores': Las claves de la mejor campaña integral de RSC

'Reparte Flores', desarrollada internamente por Alares, fue galardonada recientemente como mejor campaña Integral de Comunicación de RSC en los **Premios Ocare**.

ARTÍCULO PATROCINADO POR PUNTONNEWS

POR REDACCIÓN. viernes 02 de diciembre de 2016



OBJETIVOS:

- Sensibilizar a la Sociedad con esta iniciativa.
- Concienciar a toda la Sociedad de que todos somos diferentes y, por tanto, tenemos diferentes capacidades.
- Trasladar a la sociedad el compromiso que tiene Alares con la inclusión Socio-Laboral de las personas con discapacidad.
- Llegar al mayor número de personas y hacer que se comprometan con las diferentes discapacidades.
- Dar visibilidad no solo en este día, sino siempre, a la Discapacidad como parte integrante y enriquecedora de nuestra sociedad.

ESTRATEGIA:

- Definir un eslogan breve, llamativo y de gran impacto visual.

- Crear un mensaje claro, directo y notorio, fácil de recordar.
- Asociar las flores, algo con una connotación positiva y relacionado de alguna manera con la marca Alares, con el mensaje que queremos transmitir.
- Viralizar una imagen atractiva y positiva para compartir.
- Implicar a toda la plantilla de Alares, para que el compromiso fuese de dentro hacia fuera.

ACCIONES PUESTAS EN MARCHA:

Comunicación Interna

- Mandamos un email a todos los empleados de Alares, con la imagen de la Flor para que todos pudieran ponerla como imagen de perfil: Correo Alares (Chat), Whatsapp, Foto perfil Facebook, twitter y LinkedIn.
- Además, de manera paralela, en cada oficina colgamos carteles y repartimos pegatinas que la gente colocaba en sus agendas, libretas, móviles y que también se llevaban a casa para sus hijos, etc.

Comunicación externa

- En las webs de Fundación Alares y Alares diseñamos diferentes banners que aparecían en la home, además de crear diferentes formatos de descarga para que todos los usuarios pudieran descargar la imagen de la Flor.
- Lanzamos nota de prensa comunicando la iniciativa.
- Hicimos un envío Postal a medios de comunicación de especial interés con carta personalizada y pegatina incluida, y realizamos el posterior seguimiento.
- Las pegatinas también se entregaron a los asistentes de una jornada de AESP celebrada el 26 de noviembre.
- Emailing a nuestras BBDD.
- Creamos contenidos ad hoc para la campaña, que difundimos a través del blog, las webs y nuestras RRSS corporativo del grupo.

RESULTADOS:

- El 3 de diciembre fuimos trending topic con el hashtag #FlorPorLaDiscapacidad
- El día 3 de diciembre tuvimos más de 900 visitas en la web.
- Salimos en las primeras posiciones en Google imágenes al poner Discapacidad, o Día Internacional de la Discapacidad.
- Publicaciones en Facebook superaron las 4000 visualizaciones

- Nuestros seguidores en TW y FB aumentaron entorno a un 25% con la campaña
- Más de 20 repercusiones en medios
- 100% de la plantilla compartió de alguna manera la campaña

¿QUÉ PUEDEN APRENDER NUESTROS LECTORES?

"La campaña "Reparte Flores" quiere dar visibilidad a los 4 millones de personas que tienen discapacidad en España y eliminar tabús al respecto. **El éxito de esta iniciativa demuestra que las campañas de RSC son necesarias para dar a conocer a la sociedad, en este caso, la situación de colectivos en riesgo de exclusión social, ya que del conocimiento nace la concienciación y de la concienciación la acción.** Y nuestra experiencia demuestra que la respuesta de la sociedad es muy positiva".

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/8644/reparte-flores-las-claves-de-la-mejor-campana-integral-de-rsc>