

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:

17.2 Publicidad institucional televisiva

Título del programa:

“EL ENCUENTRO MÁS ESPERADO”

Nombre de la compañía o institución:

REFINERÍAS DEL NORTE S.A. (Refinor)

Departamento, área que desarrolló el plan:

Gerencia Comercial

Colaboradores externos

Agencias Amen y Kroma. Ernesto Caragliano Consultor integral

PLANTEO

El storytelling de la campaña cuenta la historia de un hombre que recorre un camino lejano hasta encontrarse con sus relaciones más cercanas, en este caso, su padre. “**El encuentro más esperado**”, es una campaña publicitaria institucional con la que Refinor buscó contribuir en la concientización de la opinión pública sobre la necesidad de quedarse en el hogar y respetar el aislamiento social, premiando el logro de estos objetivos con posibilitar el encuentro de sus clientes con quienes durante la etapa más restrictiva de la circulación por la pandemia nos pudieron reunirse.

PUNTO DE PARTIDA

Nos pusimos en marcha en noviembre de 1992, a través de un concurso público internacional para la producción de derivados del petróleo crudo y gas natural y desde entonces tuvimos claro nuestro norte: abastecer con nuestros productos y servicios a toda la región, que nos llevó a ser la Mejor Empresa del Norte Argentino.

El aislamiento social preventivo y obligatorio (A.S.P.O) dictado el 20 de marzo por el Estado Nacional, interpeló a toda la sociedad tanto civil como empresarial a determinar cuál sería su rol en esta pandemia Covid 19.

En Refinor, adoptamos rápidamente protocolos sanitarios en nuestras plantas y en cada uno de los Centros de Servicios que nos permitieron preservar a nuestros colaboradores, y al mismo tiempo, seguir garantizando a los usuarios el acceso al servicio esencial de proveerse de combustibles y productos primarios.

Desde el inicio de la cuarentena entendimos que la mejor forma de combatir el virus, era quedarse en casa para disminuir la velocidad de reproducción de los contagios para aquellos que podían sostener sus tareas desde su casa y el mayor de los cuidados para todos los prestadores de servicios esenciales.

Y que a la salida de la primera ola de la pandemia de Covid 19, con los cuidados pertinentes podríamos reunirnos con nuestras relaciones más cercanas.

DESARROLLO

Entendiendo la importancia que tuvo el permanecer en los hogares, y con la responsabilidad que sentimos por distribuir un servicio esencial como lo es el combustible en el Noroeste, decidimos a principios a la salida de la fase de aislamiento más restrictivo y la llegada de la estación del año donde florecen los sentidos y las sensaciones, generar una campaña de comunicación por la revinculación con los afectos más cercanos, premiando a los participantes con el combustible que los lleve a ese esperado encuentro.

Debimos adecuarnos al desafío que propuso realizar un spot publicitario de calidad, con las restricciones lógicas que se impusieron para prevenir los contagios en las filmaciones y rodajes y la colaboración de nuestros operadores para lograr ese objetivo resultó fundamental.

Para lograrlo extremamos la creatividad mezclando imágenes estáticas y animadas de archivo con las tomadas para aplicar el concepto a transmitir. La campaña cuenta la historia de un hombre que recorre un camino lejano hasta encontrarse con sus relaciones más cercanas, en este caso, su padre; al que no ve desde el comienzo de la pandemia.

En una época difícil constituye un placer, frente a toda adversidad, poder desarrollar mensajes positivos, optimistas e innovadores. Las petroleras son players claves en ese momento y comunicar una forma de encontrarse y acercarse a los seres queridos, motiva aún más el fortalecimiento de la relación del consumidor con Refinor.

Un gesto tan simple y tan lleno de significado se convirtió en una promesa que todos le hicimos a los que más queremos para cuando fue permitido concretarlo. Y Refinor ayudó a cumplirla.

RESULTADOS

Reproducciones en Redes Sociales:

Diferentes personalidades compartieron el spot sus perfiles sociales para ayudar a viralizar la campaña, es el caso de Reproducciones en Facebook: 1.036.373

- ✓ Reproducciones en Instagram
- ✓ Impresiones en Youtube:
- ✓ Reproducciones en Twitter:
- ✓ Total RRSS → 1.400.967

<https://www.facebook.com/892129827613900/videos/1086484741746906>