

Estrategia de posicionamiento Telefónica

'La importancia de las conexiones humanas' y plataforma 'Mejor conectados'

Punto de partida

Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas

Identificación de una potencial necesidad relevante para las personas que **podría legitimar a la marca para darle más sentido y presencia**

Oportunidad de capitalizar una verdad fértil, global y atemporal utilizando como palanca de legitimidad de lo que mejor hacemos: **conectar personas**.

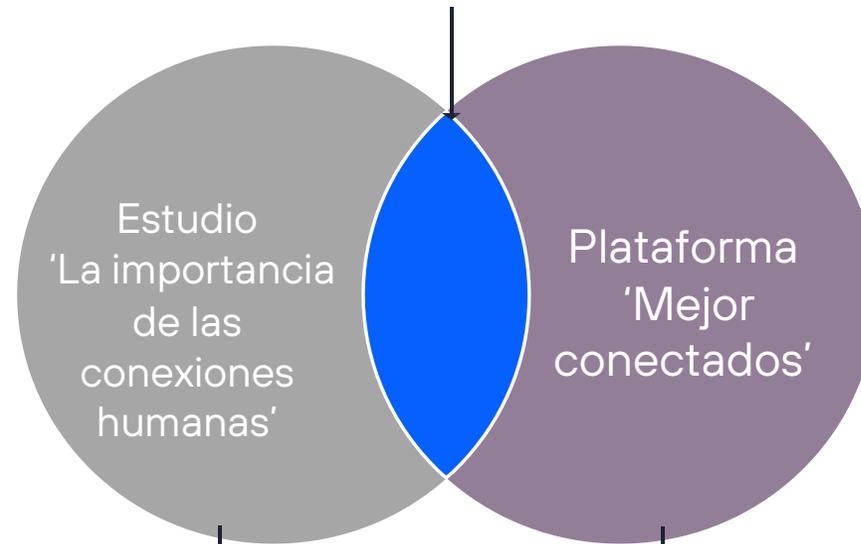
Impulsar la marca acercándola a una narrativa sobre nuestro propósito que **nos posiciona** frente a otras marcas



Estrategia posicionamiento Telefónica

Hacer nuestro mundo más humano conectando la vida de las personas

Las relaciones nos dan la vida.
Pero sin conexión, no hay relación.



Las conexiones humanas principal
fuente de bienestar y felicidad

Cuando conectamos somos capaces
de hacer cosas increíbles

**Estudio 'La
importancia de las
conexiones humanas'**

01

Metodología

Fase Cualitativa

Se realizaron reuniones de grupo online de 2 horas de duración y 4-5 participantes. Los grupos se realizaron a nivel nacional en cada grupo existe presencia de clientes Telefónica y competencia.

Focus Groups on line en cada uno de los países

- **Generación Z:** 1994-2010 (18-25 años) → En Perú, Brasil y España
- **Generación Y:** 1981-1993 (26-35 años) → En Colombia y España
- **Generación X:** 1969-1980 (36-50 años) → En Chile y España
- **Baby Boomers:** 1949-1968 (50-60 años) → En Argentina, México y España
- **B2B:** En España
- **Personas de 20-30 años** → En Alemania
- **Personas de 30-50 años** → En Uk

El trabajo de campo en HispAm y Brasil se realizó del 9 al 11 de febrero del 2022

El trabajo de campo en España se realizó del 3 al 8 de febrero del 2021

El trabajo de campo en Alemania se realizó el 17 de nov del 2022

El trabajo de campo en Uk se realizó el 22 de nov del 2022



Fase Cuantitativa

Investigación cuantitativa a partir de 18 años. Con cuotas de sexo y hábitat proporcionales a la población en cada país. El Total Muestra está ponderado siguiendo estos pesos de cada país.

- **Generación Z:** 1994-2010 (18-25 años)
- **Generación Y:** 1981-1993 (26-35 años)
- **Generación X:** 1969-1980 (36-50 años)
- **Baby Boomers:** Antes del 1969 (51-65 años)

Muestra de 1.500 entrevistas en España

Muestra de 1.200 entrevistas en Brasil, Uk y Alemania

Muestra total 6000 entrevistas en HispAm (1200 en Argentina, Chile, México, Colombia y Perú)

El trabajo de campo en HispAm y Brasil se realizó del 17 al 26 de enero del 2022

El trabajo de campo en España se realizó del 8 al 26 de marzo del 2021.

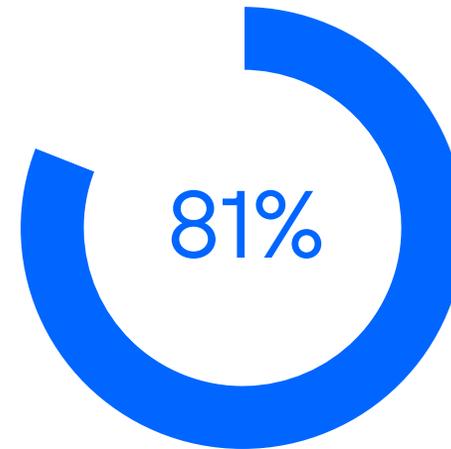
El trabajo de campo en Uk y Alemania se realizó del 14 al 27 de noviembre del 2022

Las relaciones personales



Las relaciones humanas son fundamentales en nuestra vida

Un gran mayoría de los encuestados manifiestan que las relaciones personales son **fundamentales en su vida**



18-65 años
Base 1500

"Si no tienes relaciones humanas no creces. Somos sociales por naturaleza y necesitamos de los demás"

 Grupo Generación Z
Barcelona

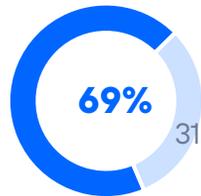


Base: (11.101)

Las relaciones personales son fundamentales para nuestras vidas

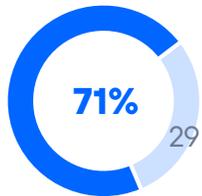
Independientemente del país de origen

Argentina



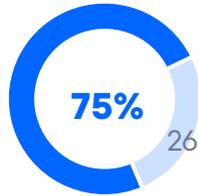
(1200)

Chile



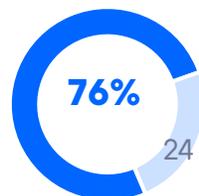
(1200)

Perú



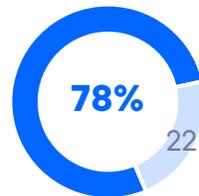
(1201)

México



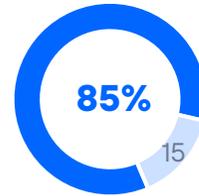
(1200)

Colombia



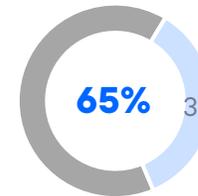
(1200)

Brasil



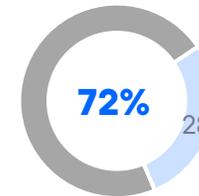
(1200)

Reino Unido



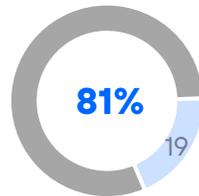
(1200)

Alemania



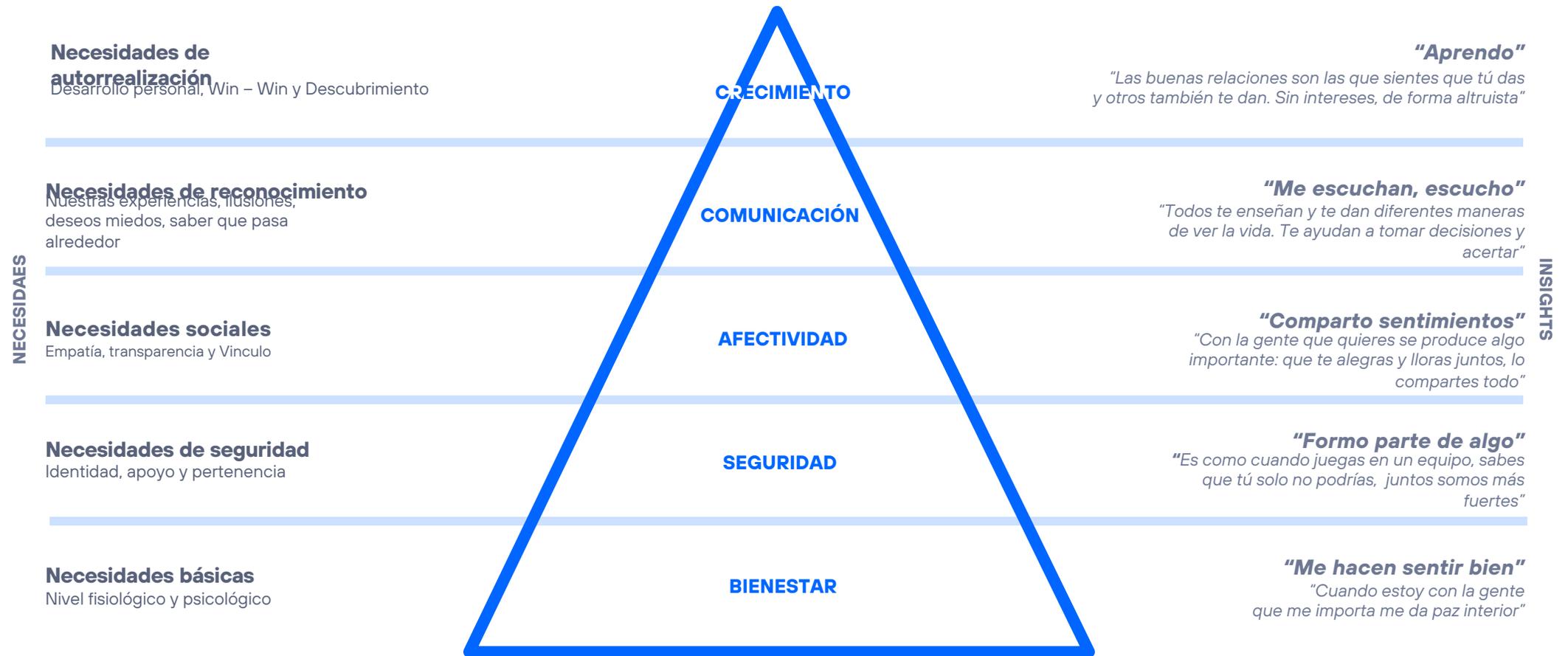
(1200)

España



(1500)

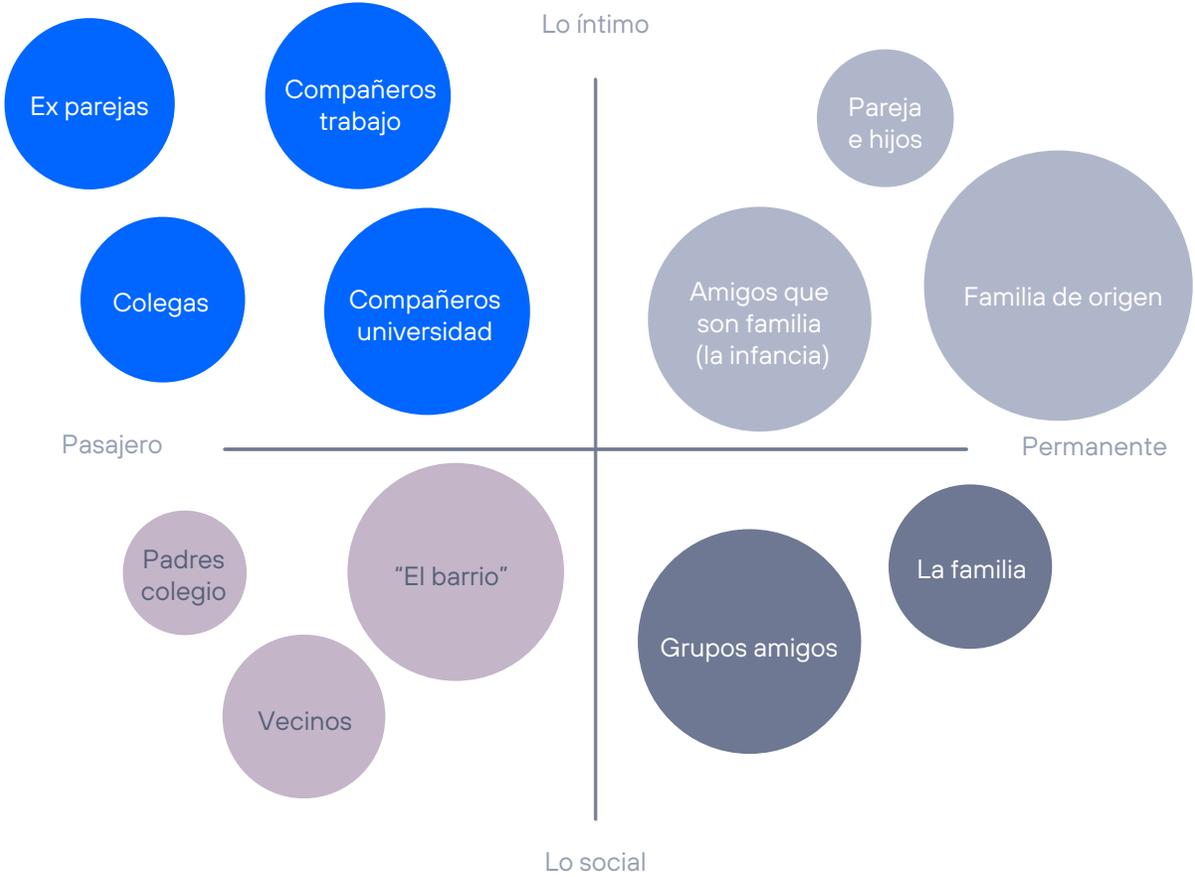
Son importantes porque cubren un amplio rango de necesidades relacionadas con las dimensión fisiológica, psicológica y social



Tipos de relaciones



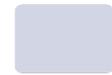
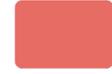
Podemos clasificar los grupos de relación en base a dos criterios: el nivel de intimidad y el tiempo de relación

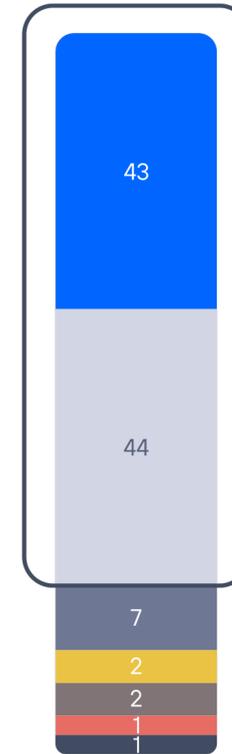


La familia y la pareja son las relaciones más importantes con diferencia, muy por encima de amigos íntimos o la familia extensa

"Mi familia, y me refiero a mi mujer y mis dos hijas como lo principal de TODO. Para ellas son la clave. Después van los amigos y el resto"

 Grupo Generación X Sevilla

-  Familia de origen (padres/madres/hermanos)
-  Pareja e hijos
-  Amigos íntimos
-  Familia extensa (tios/primos/familia lejana)
-  Grupo de amigos
-  Compañeros y colegas (trabajo/universidad)
-  Vecinos/conocidos...



Base

(1500)

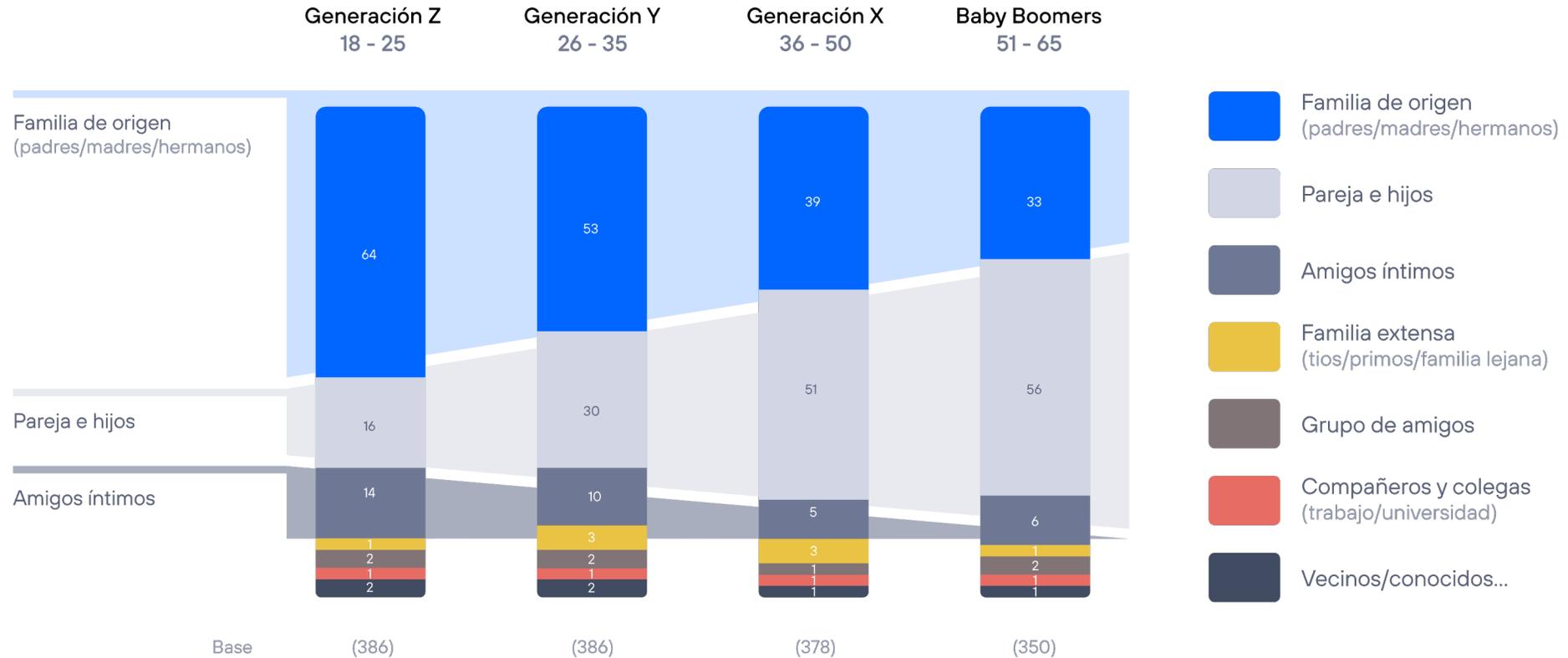
"Para mi, familia no quiere decir que tengamos la misma sangre. Considero a mis amigos y amigas mi familia"

 Grupo Generación Z Barcelona

P6. Y ahora también ordena la importancia que tienen para ti los siguientes grupos de relación, de más a menos importante.

Fuente: Estudio La importancia de las Conexiones Telefónica, España

El momento vital marca la importancia de los diferentes grupos en la vida: la pareja e hijos ganan importancia como grupo a medida que pasa el tiempo



P6. Y ahora también ordena la importancia que tienen para ti los siguientes grupos de relación, de más a menos importante.

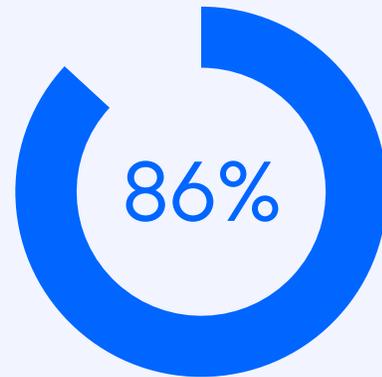


Las relaciones de calidad



Los españoles se consideran muy selectivos a la hora de crear estos círculos de relaciones

Bastante o muy selectivos



18-65 años
Base 1500

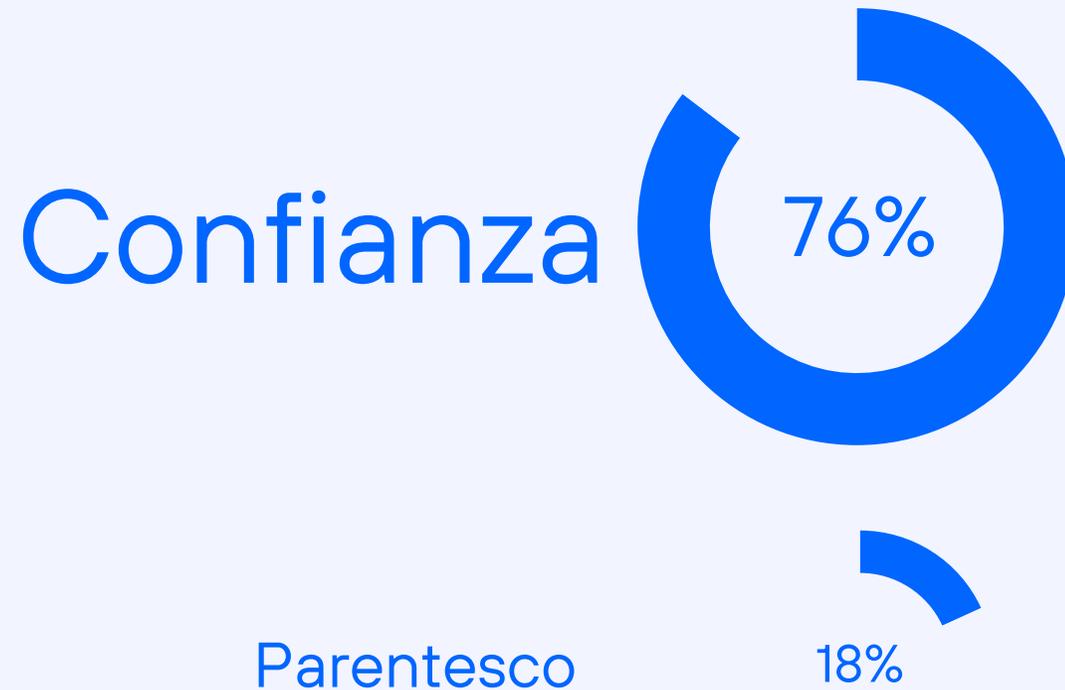
“Conocidos tenemos muchos pero amigos tenemos pocos”

  Grupo Generación Z Barcelona

“De amigos hay como tres franjas: Están los **que son como familia**, los que son Genial, y luego están lo **coleguitas**”

  Grupo Generación Z Barcelona

Pensaríamos que el parentesco es la variable que más influye en la construcción de relaciones, pero la realidad es que es la confianza



18-65 años
Base 1500

“Una relación de calidad es una relación de confianza y recíproca por las dos partes. Es una relación WIN-WIN. Es una persona que te ayude a sumar y con la que puedes ser realmente tu mismo”



Tecnologías y redes



¿Qué papel juega la tecnología en las relaciones de calidad?

Ayuda de la tecnología
en las relaciones de
calidad



 18-65 años
Base 1500

P17. ¿Ayudan las tecnologías a mantener esas relaciones de calidad?

Papel de las RRSS
en las relaciones



 18-65 años
Base 1500

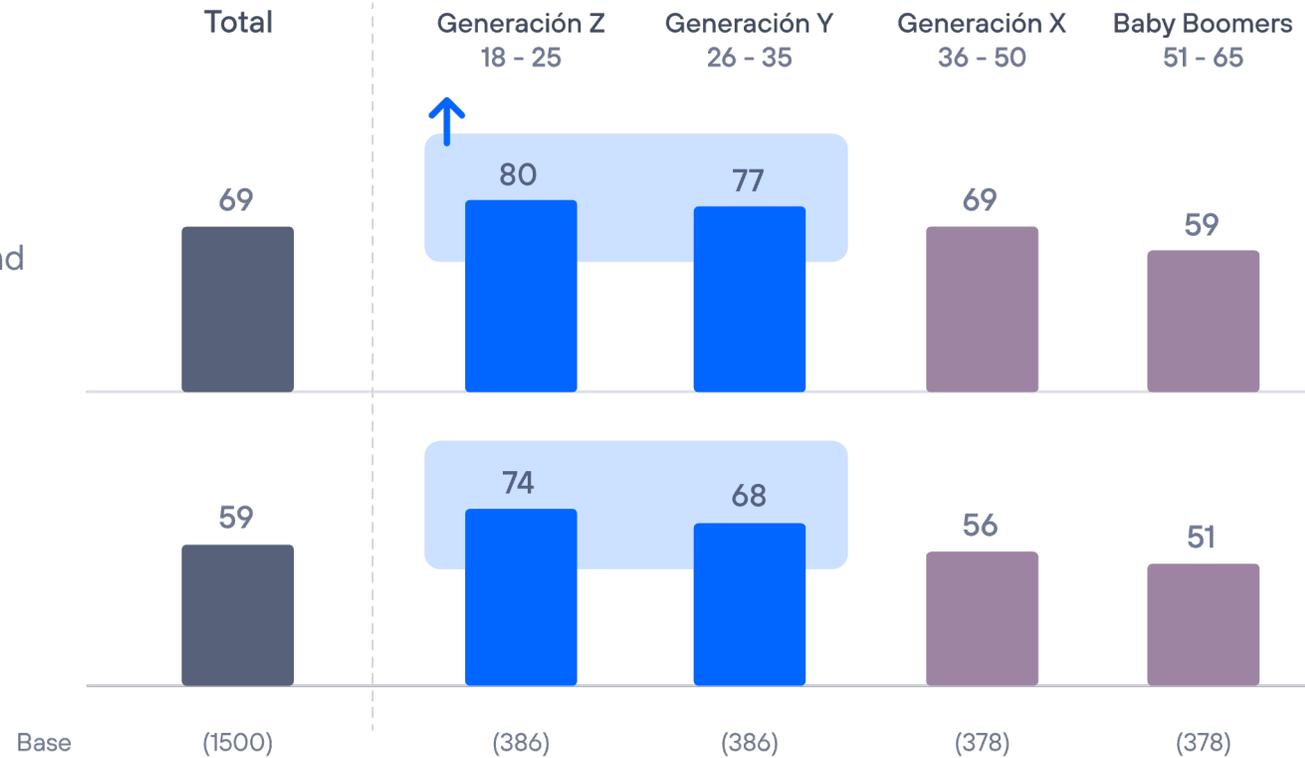
P18. ¿Qué papel juegan RRSS en tu vida y en tus relaciones sociales?

Las diferencias las encontramos en las generaciones

A medida que pasa el tiempo la tecnología ayuda en las relaciones de calidad en los mas jóvenes en los mayores decrece



Ayuda de la tecnología
en las relaciones de calidad



P17 ¿Ayudan las tecnologías a mantener esas relaciones de calidad?

P18. ¿Qué papel juegan RRSS en tu vida y en tus relaciones sociales?

Fuente: Estudio La importancia de las Conexiones Telefónica, España

Para el 69 % de los
ciudadanos estar
conectado tiene una
connotación positiva



P19. Connotación de estar conectado (Base total países 11.101)

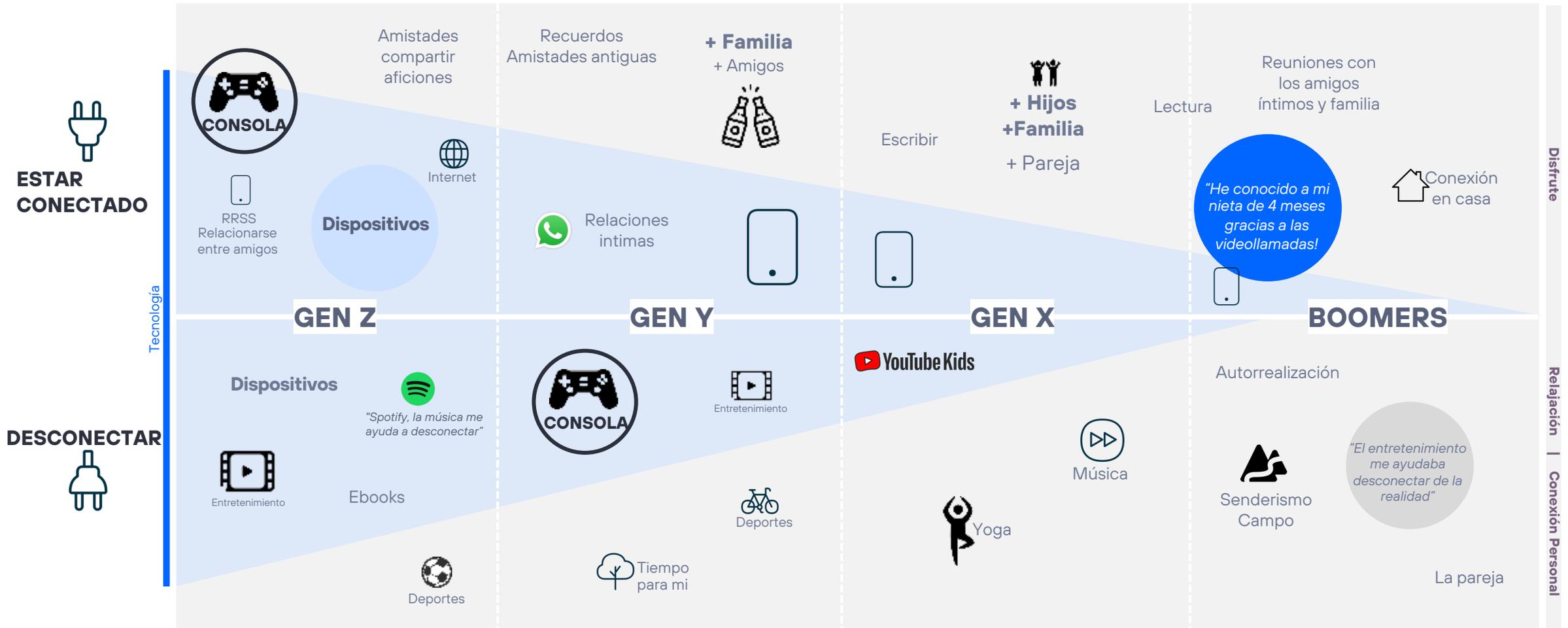
An underwater scene with a diver in the background. A large white gauge is overlaid on the image, showing a percentage of 74%. The background is dark with blue and red lighting, and bubbles are visible.

**Para el 74% de los
ciudadanos la
desconexión es vital**

74%

P24. Hasta qué punto es importante para ti la idea de desconectar? Top2Boxes (Base total países 11.101)

Diferencias generacionales



Presentaciones y resultados



Madrid, España
13 sept 2021



Ciudad de Mexico,
Mexico
4 de mayo 2022



Sao Paulo, Brasil
5 de mayo 2022



Santiago, Chile
27th of July 2022



Bogotá, Colombia
1 de sept 2022



Madrid, España
11 de sept 2022



Lima, Perú
22 de nov 2022



Buenos Aires, Argentina
24 de nov 2022



Venue

Espacio Fundación
Telefónica



JW Marriot



Teatro Vivo



Edificio
Telefónica



Edificio
Telefónica



Havas
Village



Pullman
Hotels
Miraflores



Edificio
Telefónica



Broadcast
d



Mejor Conectados

MejorConectados.com

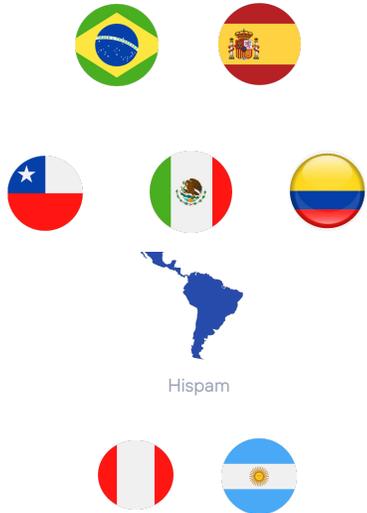


Telefonica.com



Próximamente presentación en Madrid junto a Robert Waldinger (15 de Abril) de los resultados de todos los países

Cobertura:




1.409 Menciones

MAXIMUM AUDIENCE



31,6 M

SENTIMENT*



43,7%



39%



17,3%

SOCIAL PUBLISHERS DISTRIBUTION



9,9 %



3,9%



2,4%



1,8%

SOCIAL ENGAGEMENT RESULTS



3,5 k Reacciones



545 Shares



5 k Views



193 web impacts



29 Off Media News



46 Media presence at the events



2 Radio News

282k€

Plataforma 'Mejor conectados' 02

Mejor Conectados

“**Mejor Conectados**” es la iniciativa de **Telefónica** para visibilizar talento e inspirar conexiones para que las personas se sientan capaces de lograr lo que se propongan. Nuestro objetivo es crear contenido que propicie la conexión entre personas y que nos ofrezca reflexiones que nos ayuden a estar **Mejor Conectados**.

Sus objetivos:

- Poner de manifiesto el propósito de Telefónica.
- Ampliar y entrar en contacto de manera relevante con nuevos públicos objetivo.
- Ofrecer contenido de interés sobre temas que ya importan a la sociedad.



“Queremos hacer nuestro mundo más humano, **conectando la vida de las personas**”

José María Álvarez Pallete



“**Nuestra principal función en el mundo es ayudar a conectar vidas**”

Rafael Fernández de Alarcón

Nuestro punto de partida

Una plataforma de marca que le da un sentido trascendente a nuestras iniciativas y patrocinios, y que gira en torno a una verdad humana universal: **Cuando conectamos, somos capaces de hacer cosas increíbles.**



¿Contra quién competimos?

Mejor *Conectados*

2021 *This Is What Happens In An Internet Minute*



Competimos contra todo lo que reste tiempo "Cuota de atención"



"En términos del tiempo que los consumidores consumen ante la pantalla, ya sea en el móvil o en la televisión, nos enfrentamos a una gran variedad de competidores. Netflix está luchando y perdiendo más contra 'Fortnite' que contra HBO"

Reed Hastings. CEO de Netflix

Tenemos que crear contenido de interés para la audiencia

Nuestra propuesta de valor

Hacer que cada día todos estemos **MEJOR CONECTADOS**.

A través de una estrategia de 'Thought Leadership' que nos permite liderar la conversación en torno a la importancia de tener relaciones de calidad. Una estrategia de contenidos que nos permita un mayor alcance, mayor engagement, mayor credibilidad y mayor flexibilidad.

Queremos proteger, promover y posibilitar unas mejores relaciones humanas.

Canales

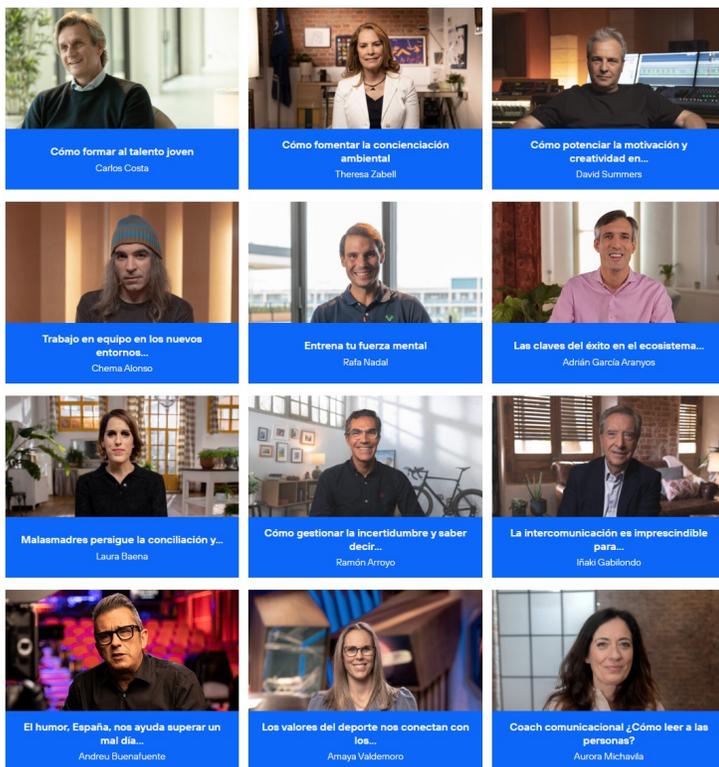
MEJOR CONECTADOS ofrece vídeos inspiracionales de 10 minutos de duración en Youtube, Twitter y Facebook, píldoras y piezas cortas para Instagram y una edición extendida en formato podcast con una duración media de 35 minutos por capítulo.

Todo el contenido está recogido en una plataforma web, clasificado según su tipología [Mejor Conectados | Una iniciativa de Telefónica](#)

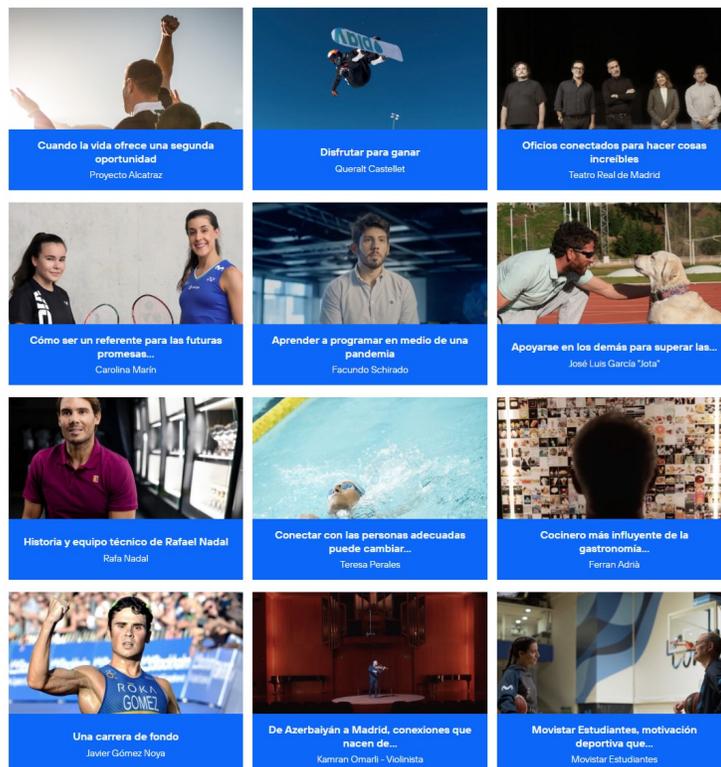
Amplificamos el contenido a través de un plan de medios enfocado en los canales de redes sociales teniendo en cuenta en cuenta Kpi's de visualizaciones y segmentaciones adaptadas a cada canal. Apoyándonos además, en una estrategia de Branded Content en los grupos de comunicación más relevantes y con más audiencia de España, aportando Key Words identificadas para ayudar al posicionamiento.

Tipología de contenido

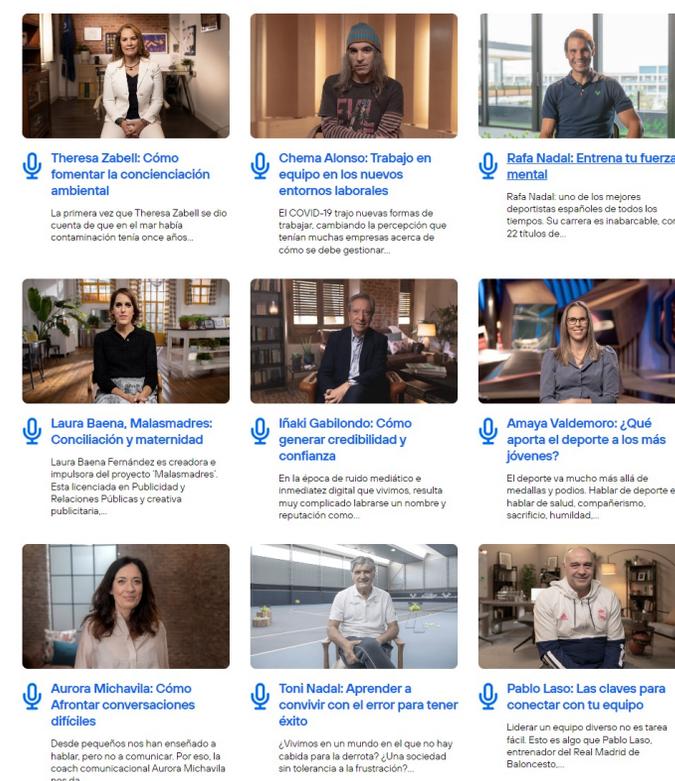
Aprende



Inspírate



Podcast



Descubre de manera práctica cómo establecer mejores relaciones en tu área. Logra todo lo que te propongas aprendiendo con profesionales de ámbitos muy diversos. Escucha su experiencia, aprendizaje y sus consejos.

Conectando con otros logramos cosas increíbles. Descubre qué conexiones hicieron posibles grandes logros y cómo. En el deporte, la gastronomía, la innovación o la cultura. Éxitos que todos conocemos pero, ¿sabes qué conexiones los hicieron posibles?

Conversaciones y conexiones distendidas y en profundidad que inspiran y enseñan para escuchar cuándo tu quieras. Disponibles en todas las plataformas de audio bajo demanda.

Mejor Conectados

Creemos en un mundo más humano. Un mundo que se mueve gracias al **talento de las personas**. Por eso apoyamos el talento como mejor sabemos, **conectándolo**. Descubre **Mejor Conectados**, un lugar donde inspirarse, encontrarse, conectar y lograr cosas increíbles.

Algunos ejemplos

Rafa Nadal “Entrena tu fuerza mental: <https://youtu.be/Wjfl0xV1W6k>

Ferran Adrià “Mi ingrediente secreto”: https://youtu.be/o15Zo_OqTJo

Iñaki Gabilondo “Saber escuchar”: <https://youtu.be/FaJly0TSl4>

Theresa Zabell: https://youtu.be/_StET9d0AU

Laura Baena: <https://youtu.be/HS4AAAn4wHk>

Amaya Valdemoro: <https://youtu.be/0XLxk2Ew7-w>

Mejor *conectados*



Objetivos Hackathon

03

¿Qué objetivos tenemos?

¿Podríamos hacer más atractivo el proyecto entre el **público joven**?

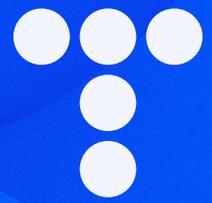
Identificación de posibles **mejoras** de las actividades realizadas hasta ahora

Propuestas de **evolución de ambas iniciativas**

Nuevas iniciativas que ayuden a impulsar el posicionamiento de Telefónica

Criterios de valoración

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DEFINICIÓN CRITERIOS
Originalidad e innovación de las propuestas presentadas y viabilidad	Coherencia global de la propuesta con las plataformas, innovación, originalidad, y viabilidad. Ideas disruptivas y transformadoras.
Cumplimiento de objetivos perseguidos	Adecuación a la consecución de objetivos: notoriedad, viralidad. Adecuación de las propuestas al público objetivo.
Notoriedad, repercusión y engagement	Notoriedad e impacto de las iniciativas, iniciativas que generen engagement con los usuarios y una relación emocional con la marca.
Calidad de la presentación	A través de creatividad e ingenio, la presentación tendrá que recoger los objetivos del briefing en el tiempo estipulado.



Telefónica