



LEWIS Integrated Communication Campaign

PR, Design, Video & Event



What do
you do,
dad?





Truth is...

I feel
like....



Factors of Non-Integrated Communications



Skills

Time

Budget

Vision

ASM®

transporte urgente

EMENSAJERÍA OFICIAL DE LA SELECCIÓN ESPAÑOLA DE FUTBOL

www.asmred.com



Core Values



- Commitment
- Belonging
- Honesty
- Thrill




A top-down view of a group of people sitting around a dark wooden table. They are holding white coffee cups. On the table is a large sheet of paper with various hand-drawn business diagrams in green and black ink. The diagrams include a bar chart, a pie chart, a line graph, a flowchart, a lightbulb icon, and a list of numbers. A large purple circle is overlaid in the center of the image, containing the text "What did we do?".


What did
we do?



Design








Votar Ranking Mensajero del mes Premios Hax campaña


Ordena por nombre

Ordena por votos




SAMUEL MUÑOZ PASTOR
Cordoba

Ver perfil Votar 186



MARCOS CORTÉS FERNÁNDEZ
Motril

Ver perfil Votar 143




FRANCISCO GOMEZ LORENTE
Cordoba

Ver perfil Votar 102

Sólo por hacerlo, entrarás en el sorteo mensual de fantásticos premios.

Podrás hacerte con un premio mensual o convertirte en el mensajero del año.



Bases Legales



PR



Campaign announced through press releases & simple media relations

ecommercegreen

ASM pone en marcha una campaña para encontrar al Mensajero del Año

VIERNES, 11 DE ABRIL DE 2014 00:00 SECCIÓN: TENDENCIAS - ECOMMERCE

Usar puntuación: ★★★★★ / 2 **PUNTUAR**

La empresa de mensajería, ASM, presenta esta semana "El Mensajero del Año", una campaña de comunicación que invita a sus clientes a votar por su mensajero favorito de ASM. Para ello, se ha creado www.elmejormensajero.com, una plataforma online que permite visualizar y votar las diferentes candidaturas. Durante dos semanas, los primeros mensajeros de la compañía ASM ya han empezado a diseñar sus perfiles, añadiendo foto, agencia y una carta de presentación que les ayude a captar el mayor número de votos posibles. Cualquier mensajero puede subir su candidatura en el momento que lo desee y empezar, así, su campaña personal.

Los mensajeros de ASM recorren cada día la geografía española distribuyendo los paquetes fúscias. Ellos son, en definitiva, los que tienen el contacto real con el cliente. Por eso, la compañía ha decidido premiar su compromiso con una acción que les da la posibilidad de ganar diferentes premios mensuales y una cantidad de 3.000 euros si consiguen hacerse con el galardón de "Mensajero del Año". Una campaña de motivación que pone nombre propio a los rúters de la compañía.

Para desarrollar su campaña de marketing personal, los mensajeros de ASM cuentan con accesorios promocionales diseñados especialmente para la campaña, como chapas, camiseta o tarjetas para sus agencias. De esta manera, todos aquellos que reciben la visita de un mensajero de ASM en su domicilio podrán identificarlo y darle su voto positivo a través de la Web www.elmejormensajero.com, que además cuenta con versión móvil diseñada para facilitar la votación desde cualquier parte. Gracias a ella los mensajeros pueden seguir en todo momento la evolución de su candidatura y actualizarla si lo consideran necesario.

Tras el primer período de inscripción, www.elmejormensajero.com cuenta con 50 mensajeros candidatos. Esta semana la plataforma se ha abierto al público para que den comienzo las votaciones y los mensajeros ya reunen, en total, más de 400 votos. Durante los próximos meses, el ranking de www.elmejormensajero.com se irá actualizando y los usuarios podrán votar a los mensajeros que más les gusten. Al final del mes de mayo, se conocerá al Mensajero del Año de ASM, merecedor de ese premio de 3.000 euros.

Con esta campaña, ASM muestra una vez más su intención de estar cerca de los empleados. Ya lo demostró con la puesta en marcha de El Día del Mensajero, que se celebra el último lunes de cada mes, y que consiste en que los directivos de la empresa salen a la calle a repartir con los transportistas. Ahora, además, les da la posibilidad de ver recompensado su trabajo con el reconocimiento de los clientes y premios en metálico.

Con esta campaña, ASM muestra una vez más su intención de estar cerca de los empleados. Ya lo demostró con la puesta en marcha de El Día del Mensajero, que se celebra el último lunes de cada mes, y que consiste en que los directivos de la empresa salen a la calle a repartir con los transportistas. Ahora, además, les da la posibilidad de ver recompensado su trabajo con el reconocimiento de los clientes y premios en metálico.

RRHH Digital

En marcha una campaña para encontrar al Mensajero del Año

La empresa de mensajería, ASM, presenta esta semana "El Mensajero del Año", una campaña de comunicación que invita a sus clientes a votar por su mensajero favorito de ASM. Para ello, se ha creado www.elmejormensajero.com, una plataforma online que permite visualizar y votar las diferentes candidaturas. Durante dos semanas, los primeros mensajeros de la compañía ASM ya han empezado a diseñar sus perfiles, añadiendo foto, agencia y una carta de presentación que les ayude a captar el mayor número de votos posibles. Cualquier mensajero puede subir su candidatura en el momento que lo desee y empezar, así, su campaña personal.

Top Comunicación & RR.PP.

CAMPANA DE COMUNICACIÓN DE ASM

Empresa de mensajería invita a sus clientes a votar por su mensajero favorito

POR REDACCIÓN, viernes 11 de abril de 2014

La empresa de mensajería, ASM, presenta esta semana "El Mensajero del Año", una campaña de comunicación que invita a sus clientes a votar por su mensajero favorito de ASM. Para ello, se ha creado www.elmejormensajero.com, una plataforma online que permite visualizar y votar las diferentes candidaturas.

Durante dos semanas, los primeros mensajeros de la compañía ASM ya han empezado a diseñar sus perfiles, añadiendo foto, agencia y una carta de presentación que les ayude a captar el mayor número de votos posibles. Cualquier mensajero puede subir su candidatura en el momento que lo desee y empezar, así, su campaña personal.

Los mensajeros de ASM recorren cada día la geografía española distribuyendo los paquetes fúscias. Ellos son, en definitiva, los que tienen el contacto real con el cliente. Por eso, la compañía ha decidido premiar su compromiso con una acción que les da la posibilidad de ganar diferentes premios mensuales y una cantidad de 3.000 euros si consiguen hacerse con el galardón de "Mensajero del Año". Una campaña de motivación que pone nombre propio a los rúters de la compañía.

Para desarrollar su campaña de marketing personal, los mensajeros de ASM cuentan con accesorios promocionales diseñados especialmente para la campaña, como chapas, camiseta o tarjetas para sus agencias. De esta manera, todos aquellos que reciben la visita de un mensajero de ASM en su domicilio podrán identificarlo y darle su voto positivo a través de la Web www.elmejormensajero.com, que además cuenta con versión móvil diseñada para facilitar la votación desde cualquier parte. Gracias a ella los mensajeros pueden seguir en todo momento la evolución de su candidatura y actualizarla si lo consideran necesario.

Tras el primer período de inscripción, www.elmejormensajero.com cuenta con 50 mensajeros candidatos. Esta semana la plataforma se ha abierto al público para que den comienzo las votaciones y los mensajeros ya reunen, en total, más de 400 votos. Durante los próximos meses, el ranking de www.elmejormensajero.com se irá actualizando y los usuarios podrán votar a los mensajeros que más les gusten. Al final del mes de mayo, se conocerá al Mensajero del Año de ASM, merecedor de ese premio de 3.000 euros.

Con esta campaña, ASM muestra una vez más su intención de estar cerca de los empleados. Ya lo demostró con la puesta en marcha de El Día del Mensajero, que se celebra el último lunes de cada mes, y que consiste en que los directivos de la empresa salen a la calle a repartir con los transportistas. Ahora, además, les da la posibilidad de ver recompensado su trabajo con el reconocimiento de los clientes y premios en metálico.

Con esta campaña, ASM muestra una vez más su intención de estar cerca de los empleados. Ya lo demostró con la puesta en marcha de El Día del Mensajero, que se celebra el último lunes de cada mes, y que consiste en que los directivos de la empresa salen a la calle a repartir con los transportistas. Ahora, además, les da la posibilidad de ver recompensado su trabajo con el reconocimiento de los clientes y premios en metálico.

Video



- +70 videos
- +24k views
- 12 hrs of content



Event: El Día del Mensajero



- Senior staff to work as couriers
- Mobile App to educate couriers
- Couriers to vote on bosses
- Promotion via TW & Media

Results in 3 months



1,500

Clients registered

200

Couriers competing

+1M

#DíadelMensajero

24K

Views on Youtube

Allocated resources

1

Project Manager

1

New Media Designer

1

Account Executive

LOTS

Of Love, Care & Attention

What about you?



Thank you

Jorge López M-C, VP Southern Europe - Jorge.lopez@lewispr.com
+34 606804919