

## Comunicaciones financieras - SWIFT

Número y nombre de la categoría

Categoría 10: Comunicaciones financieras o con los inversores

Título del programa

Conferencia Regional Para América Latina

Nombre de la compañía o institución

SWIFT

Departamento que desarrolló el plan

Departamento Comunicación (SWIFT) y LLORENTE & CUENCA (Equipo de Comunicación Financiera)

Personas responsables del plan de comunicación

Responsable de comunicación en SWIFT y Elisenda Casellas por LLORENTE & CUENCA

Tweet que define la campaña

#SWIFT, siempre a la vanguardia, ha contribuido y colaborado con la comunidad financiera por más de 40 años. @LLYC

## Introducción: SWIFT – Conferencia Regional Para América Latina

\* SWIFT es una cooperativa que proporciona una plataforma de comunicación, productos y servicios para conectar a más de 10,800 organizaciones bancarias, instituciones de valores y clientes corporativos en más de 200 países y territorios. SWIFT permite a sus usuarios el intercambio de información financiera estandarizada y automatizada de forma segura y confiable, disminuyendo así costos, reduciendo riesgos operacionales y eliminando las ineficiencias operacionales. Asimismo, SWIFT impulsa a la comunidad financiera a trabajar de forma colaborativa para dar forma a las prácticas del mercado, definir estándares y debatir cuestiones de interés mutuo.

A principios del año pasado, SWIFT, entonces una de nuestras cuentas más nuevas, nos propuso lo que entonces nos pareció una meta difícil de lograr, es decir, la consecución de 200 publicaciones en 2016. En este sentido, la meta nos parecía complicada por dos razones, primero, porque SWIFT era entonces uno de nuestros clientes más nuevos, y por lo tanto no estaba muy bien posicionada en el mercado mexicano, y segundo porque, al llegar mayo, habíamos conseguido la publicación de solamente 49 notas.

No obstante, para el final del verano ya habíamos logrado la meta, e incluso la habíamos superado. ¿Cómo?

Uno de los factores que más contribuyó a nuestro éxito fue la planeación detrás de la conferencia de SWIFT: LARC (*Latin American Regional Conference*). Una conferencia de dos días, celebrada en la Ciudad de México, la cual reunió a delegados de diferentes países, incluyendo a los líderes más importantes del sector bancario, sociedades de valores, infraestructuras de mercado, cumplimiento y tesorería.

En este sentido, nuestro principal objetivo con la campaña de LARC, más allá de posicionar la conferencia en sí, fue posicionar y elevar la visibilidad de nuestro cliente, SWIFT, así como sus servicios y presencia en la región. De esta forma, uno de los principales mensajes que buscamos posicionar fue el trabajo colaborativo que ha impulsado SWIFT en la región latinoamericana a lo largo de varios años.

Considerando lo anterior, empezamos a prepararnos para la conferencia de SWIFT, misma que se llevó a cabo a finales de junio, desde que inició el año, trabajando en una estrategia basada en un alto nivel de exposición a nuestro cliente, a través de un *press briefing* y una serie de entrevistas, además de otros elementos clave, como boletines de prensa, envío de la invitación, etc.

De esta forma, iniciamos con la estrategia puntualmente, gestionando todo de acuerdo a lo planeado, hasta que, un mes antes del evento, una publicación negativa por una de las principales agencias a nivel mundial, alteró nuestra estrategia. Ya que, después de considerarlo cuidadosamente, decidimos, junto con el equipo de comunicación de SWIFT, cancelar las entrevistas y el *press briefing*, para prevenir publicaciones negativas en la región.

Asimismo, ya se había extendido una invitación al evento para dicha agencia, por lo que creamos un registro de prensa mucho más riguroso, e igualmente cuidamos la entrada y salida de medios de cada una de las plenarios, asegurándonos de que solamente los mejores medios, y los más confiables, tuvieran acceso a la información.

## Ejecución del plan

Junto con el equipo de comunicación de SWIFT, acordamos el siguiente plan para poder lograr nuestros objetivos, así como para aumentar la visibilidad de SWIFT y posicionar sus áreas de *expertise* en el mercado mexicano:

- Envío de “*Save the Date*” e invitación a los principales reporteros de las fuentes de negocios y finanzas en México y a los principales países de América Latina (Brasil, Argentina, Colombia, Chile, Panamá, Costa Rica, Perú, Bolivia, Republica Dominicana y Uruguay).
- Gestión de un *press leak* anunciando la conferencia con medios TIER1 en América Latina.
- Envío de un boletín de prensa sobre LARC antes del evento, así como desarrollo y envío de dos boletines de prensa durante el evento.
- Organización de un *press briefing* sobre “*Securities y Compliance*”, para asegurarnos de que los principales periodistas en el país tuvieran una buena comprensión del tema, así como mayor conocimiento sobre la empresa. Éste se llevaría a cabo entre algunos de los principales voceros de SWIFT, y medios clave de negocios en México.
- Gestión de encuentros *off the record* 1:1 entre un representante de SWIFT, y dos medios nacionales.
- Mapeo de periodistas previo al envío de la invitación y *save the date*.
- Gestión de un *media partnership* con El Financiero, para asegurar una cobertura óptima del evento.

## Evaluación

Finalmente, a pesar del cambio de planes con la cancelación del *press briefing* y de las entrevistas, lo cual complicó nuestra meta de 200 publicaciones, de cualquier forma logramos nuestro objetivo (e incluso lo superamos), registrando un total de 221 artículos publicados en relación a LARC.

No obstante, también logramos la publicación de más de 300 notas en 2016, alcanzando una audiencia de 40,297,557 personas en más de 19 países, y elevando la presencia y visibilidad de SWIFT en los medios un 208%, comparado con el año anterior.

Por otra parte, es importante destacar que este año (2017) también se ha llevado a cabo un evento con SWIFT: el *SWIFT Business Forum Mexico*, a través del cual hemos logrado la publicación de 102 notas hasta la fecha. En este sentido, nuestros objetivos principales con este segundo proyecto fueron muy similares a los de LARC, ya que buscamos el posicionamiento de SWIFT como una cooperativa que proporciona servicios de

mensajería financiera, para lo cual implementamos una serie de actividades previo, durante y después del evento, entre ellas: gestión de un *media partnership* con El Financiero, envío de invitación, *save the date* y boletines de prensa, redacción de un boletín de prensa durante el evento, gestión de entrevistas con medios TIER1, y gestión de *press briefing* previo al evento.

Sin duda, ambos eventos han sido muy positivos y útiles en cuanto a brindar mayor visibilidad a SWIFT, así como a sus soluciones, en los principales países de la región. Con más de 400 notas publicadas por ambos eventos, hoy en día podemos decir que SWIFT está muy bien posicionada entre los medios de la región, y que además se le reconoce como un referente en cuanto a información y soluciones financieras.