

 Comunicación & RR.PP.	Top Comunicación https://www.topcomunicacion.com/campana-mediatica-para-el-open-de-arbitraje/
	Lunes, 14 de enero de 2019
Sección: Actualidad	
Difusión: 45000	

Campaña mediática para el Open de Arbitraje



OAK POWER PR Sábado 29 de diciembre de 2018

LAS MEJORES CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE 2018. Oak Power PR realizó una campaña para impulsar la presencia mediática del Open de Arbitraje como evento referente del sector de resolución de conflictos en España

OBJETIVOS:

- Impulsar la presencia mediática del Open de Arbitraje como evento referente del sector de resolución de conflictos en España.
- Posicionamiento del Open de Arbitraje a nivel internacional, fundamentalmente en Sudamérica, después de los recientes acuerdos alcanzados por la Corte de Arbitraje Asociación Europea de Arbitraje, impulsora del evento, con las principales instituciones de estos países como el Consejo Arbitral de Sao Paulo o el Círculo de Arbitraje del Estado de Perú.
- Llevar el arbitraje al público general y especialmente a los profesionales vinculados con el sector como abogados, peritos o a las áreas jurídicas de las grandes empresas

ESTRATEGIA:

- Crear un escenario afable y de interés mediático alrededor de un sector tan técnico como es el mundo del arbitraje

ACCIONES PUESTAS EN MARCHA:

- Envío de distintas Notas de Prensa de Presentando y conclusiones.
- Utilización de la figura del Ministro de Justicia, Rafael Catalá, como un elemento mediático importante para introducir el arbitraje en la sociedad
- Cobertura mediática del Open de Arbitraje.
- Mantener en el tiempo la Marca Open de Arbitraje y a través de mensajes en Redes Sociales y con envíos de nuevas informaciones.
- Impulsar información sobre la nueva edición del Open de Arbitraje que se celebrarán en mayo de 2019

RESULTADOS:

IV Open de Arbitraje

El IV Open de Arbitraje reunió a más de 300 importantes profesionales entre abogados, árbitros, peritos y responsables jurídicos, con un incremento de empresas asistentes del 30 por ciento.

A nivel mediático contó con una gran repercusión, logrando casi 50 impactos, unos resultados que duplicaban los logrados un año antes, y con la cobertura de los principales medios del sector económico como El Economista, Expansión o Finanzas.

Unos resultados que también se tradujeron en la difusión medio que superó los 1,5 millones de receptores, frente a los 966.000 de la edición anterior, lo que supone un aumento por encima del 50 por ciento.

La difusión media supera los 5,5 millones de receptores (5.551.000), frente a los 4.477.000 del año anterior, lo que implica un aumento del 23 por ciento.

LA OPINIÓN DEL CLIENTE:

El Open de Arbitraje ha vivido en 2018 un año de gran éxito en el que se ha duplicado tanto sus resultados mediáticos como comerciales.

Un crecimiento que permite que el arbitraje gane cada vez más adeptos. De hecho, el 80 por ciento de las empresas españolas que utilizan el arbitraje aseguran que es una opción que les ha facilitado llegar a un acuerdo previo sin laudo para solucionar un conflicto.