

PREPARACIÓN DE LA CAMPAÑA QUE SE UTILIZARÁ PARA EL TRABAJO FINAL OBJETIVOS- META- CONDICIONES.

1.- Descripción del producto o servicio a anunciar.

a) Satisfactor:

Marca(s) _____

Tipos _____

Tamaños _____

Precios _____

b) Situación actual:

Oportunidades (mercado, competencia, características del satisfactor) a:

Problemas o limitaciones

c) Objetivos de mercadotecnia (por ejemplo, porcentaje de participación de mercado esperado, distribución, aspectos estratégicos, apoyo a distribuidores, etc.):

d) Objetivos de publicidad (por ejemplo, porcentaje de asociación/recordación de la marca, reposicionar el concepto, enfatizar un atributo/beneficio en especial, etc.):

e) Objetivos promocionales:

f) Objetivos de ventas (¿Cuánto deseamos vender?):

g) Objetivos de publicidad gratuita:

h) Objetivo de relaciones publicas:

Observaciones

2.- Descripción y perfil de la competencia.

	Marcas	Precios	ventajas	desventajas
1.	_____	_____	_____	_____
2.	_____	_____	_____	_____
3.	_____	_____	_____	_____
4.	_____	_____	_____	_____

Observaciones:

3.- Audiencia obtener

- Perfil del comprador
- Perfil del consumidor
- ¿Quién ejerce influencia sobre ella?
- Sexo
- Edad
- Nivel económico
- Audiencia básica
- Audiencia secundaria

4.- Hábitos de consumo

Principales motivos de compra:

Racionales: _____

Emocionales: _____

Duración de la compra (tiempo): _____

Principales horas de compra: _____

Principales establecimientos (canales): _____

Aspectos regionales: _____

Estacionalidad: _____

5.- Argumentos de venta del producto a anunciar. Estrategias a seguir.

Ventajas exclusivas y superiores (si las hay).

1. _____
2. _____
3. _____

Proposición exclusiva de venta o posicionamiento deseado:

6.- Elementos a crear o mantener: logotipo, frase propagandística, tipo de publicidad, cierto portavoz, canción, etc.

Textuales

Visuales

Sonoros

7.- Restricciones, limitaciones, reglamentaciones e implicaciones éticas.

a) De compañía:

b) Oficiales:

8.- Medios y tamaños a considerar y presupuestar (planeación, selección, negociación, número de versiones):

- Diarios y periódicos
- Revistas
- Radio
- Impresos
- T.V.
- Cine
- Publicidad exterior

9.- Ejecución creativa integral (publicidad, promoción, producto, relaciones públicas, fuerzas de venta y distribución).

10.- Implantación y/o Mecánica.