

Brief-Resumen o Síntesis

Descripción del Producto/ servicio: Usos del servicio, especificación del servicio en sí.

Ventajas diferenciales y beneficios al consumidor: En que se diferencia el producto o servicio en sí, de la competencia, las ventajas y beneficios que otorga, dicho producto o servicio al consumidor

Target: Público o cliente a que va dirigido el producto o servicio.

Objetivo de Marketing: Que es lo que se quiere conseguir o lograr con la campaña publicitaria.

Testeo de Investigación de Mercado: Estudiar el mercado donde actuamos como empresa.

Copy Estrategic/Informe Estratégico

Target-----ITEMS ANTERIOR

Servicio-----ITEMS ANTERIOR

El Problema: Es el motivo por el cual queremos realizar como empresa la campaña publicitaria.

El objetivo: Lo que se quiere conseguir o lograr con la campaña publicitaria.

Posicionamiento: Es el lugar que va a ocupar nuestro producto o servicio en la mente del cliente.

Que: Lo que se quiere comunicar en la campaña publicitaria.

Como : Medios que vamos a utilizar, de que manera vamos a realizarlo.

El soporte ----- Dar énfasis en nuestro mensaje, es algún elemento que se utiliza para apoyar a nuestro servicio en el mensaje
De la campaña Publicitaria.

Prelanzamiento: Realizar la campaña como medida de prueba

De dicha campaña, esto sirve para ver si esta bien orientada y si va a funcionar en su lanzamiento.

Lanzamiento: Vamos a desarrollar todas las actividades de la campaña publicitaria, ya dirigida o lanzada al mercado.

Definición de roles y vínculos: Es el vínculo que buscamos establecer con el cliente, mediante la identificación del servicio por atributos y beneficios que este les brinda.

Tono y clima: El tono es, de que forma, va hacer el mensaje de la campaña
El clima: El contexto, que vamos a dar a la campaña para exaltar lo atributos del producto o servicio.

La Promesa: Lo que prometemos del producto o servicio mediante la Campaña publicitaria.

Apoyo de la Promesa: Soporte de la promesa, elemento que le otorga énfasis a la promesa, esto quiere decir mayor peso y sustento con respecto de lo que la empresa quiere prometer y por lo tanto cumplir.