

TRABAJO: CAMPAÑA PUBLICITARIA

Empresa

- Nombre de la empresa: descripción de la marca (como si fuera una persona), breve historia, valores u objetivos de la empresa

Producto

- Información del producto: línea (producto específico), beneficios y contra indicaciones del producto, argumentos que determinen su preferencia, productos alternativos, categoría del producto (1ª necesidad, lujo...)
- Hábitos frente al producto:
 - Cantidad consumida por una persona (promedio)
 - Frecuencia de compra
 - Grado de fidelidad al producto
 - Factores que influyen en los picos de venta

Competencia

- Análisis del producto en la competencia (evaluación de las alternativas):
 - Marcas que tienen productos de calidad y precio competitivos
 - Mercado:
 - Geográfico
 - Consumidores principales: edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos, ocupación, nivel cultural, religión, raza, nacionalidad, clase social

Perfil del consumidor:

- Quien compra
- Quien decide la compra
- Quien influye en la compra
- Quien consume el producto
- Ubicación geográfica
- Edad
- Sexo
- Clase económica
- Nivel socio-cultural
- Diferencias entre nuestro consumidor potencial y el de la competencia

Precio

- Precio del producto
- Precio respecto a la competencia
- Promociones, ofertas, descuentos, muestras gratis, juegos...

Formas usuales de comercialización

- Tipo de envase, tamaño, colores predominantes

Publicidad

- Objetivos que se pretenden alcanzar con la campaña publicitaria en función de las necesidades de la empresa
- Canal de distribución: Medios publicitarios (descripción de los mismos), puntos de venta, ubicación geográfica (local, nacional, internacional...)
- Presupuesto para la campaña publicitaria al año
- Calendario (cuándo y dónde, tiempo que dura la campaña, horario, número de veces que aparece...)

Lema publicitario (eslogan)

- Lluvia de ideas: proponer 4 eslóganes distintos

Imagotipo

- Lluvia de ideas: 7 bocetos sin color (tamaño mínimo ¼ de folio)
- Prueba de color: de entre los bocetos anteriores se elige uno y se repite 4 veces cambiando el color
- Modelo definitivo: se elige el modelo de entre los de color y se dibuja a tamaño folio con la mayor precisión y acabado posibles.

Tipografía

- Lluvia de ideas: inventar 4 modelos distintos de tipografía (utiliza la palabra “eslogan” escribiéndola cada vez con un modelo distinto de letra para hacer los resultados).

Anuncio definitivo

Elaborar con la mayor precisión posible un anuncio a tamaño folio teniendo en cuenta todos los datos recopilados anteriormente y donde aparezca el imagotipo y eslogan que se has elegido para la campaña publicitaria.