

50% AVANCE

- Proyecto profesional: marca seleccionada, problemática a resolver
 - Nombre del proyecto
 - Brief que enuncie la problemática
 - Investigación de la problemática comunicacional
 - Aproximación a la solución del problema
- Aspectos internos de la empresa / marca
 - Historia de la empresa
 - Historia de la marca
 - Detectar y/o crear o recrear valores emocionales y experienciales
 - Planteo de la historicidad de la marca
 - Círculo de Oro. Modelo inspiracional
- Audiencias y comunidades
 - Creación del perfil del target.
 - Definición del público objetivo.
 - Mapa de personalidad
 - Gustos y objetivos
 - Mapa de un día típico en la vida del consumidor
 - Problema a resolver de acuerdo a las necesidades del consumidor.
- Ideas creativas disruptivas para abordaje offline del proyecto
 - Territorios marcarios
 - Planteo y desarrollo de estrategias offline y online (aproximación campaña 360°)
- Ideas creativas disruptivas para abordaje online del proyecto
 - Detectar tópicos
 - Plantear observaciones de acuerdo a tópicos
 - Plantear insight
 - Plantear concepto a comunicar
- Estrategia de contenidos y creación de piezas digitales
 - Crear categorías
 - Plantear objetivos online para cada categoría
 - Resignificación de insights para cada categoría

100% AVANCE

- Estrategia de comunicación social media
 - Definir plataformas a comunicar
 - Plantear estrategia de campaña de referidos
 - Definición de formatos para piezas en las redes sociales
 - Resignificación de insight de acuerdo a cada categoría
 - Racional por etapas de campaña y redes sociales
- Estrategia de comunicación offline
 - Selección de medios (tríada estratégica) por etapas de campaña
 - Objetivos de medios offline
- Estrategia de activación de marca
 - Presentación de panel con conceptos de las activaciones de marca
 - Racional de cada activación
 - Efemérides para redes sociales
 - Video presentación de las activaciones
- Estrategia de comunicación offline y online social media CIDE
 - Racional por etapas de campaña 360°
 - Skyline (perfil de campaña) online y offline
- Campaña trasmedia creativa
 - Presentación de piezas para cada red social por categorías
 - Presentación de piezas para campaña referidos
 - Presentación de piezas en medios offline por etapas
 - Concept de activación de marca
- Planificación de medios online en planillas
 - Planificación de medios anual en redes sociales, incluyendo contenido y creatividad (Incluir KPIs)
- Texto: Guía de presentación (de 1 a 3 carillas)