

### **Propuesta Metodologica de la Campaña.**

1. El briefing
  - a. Objetivos de marketing
  - b. Objetivo de comunicación
  - c. Características del producto
  - d. Definición del publico objetivo
  - e. Tipo de Campaña
    - i. Lanzamiento
    - ii. Mantenimiento
  - f. Presupuesto
2. Elaboración del mensaje
  - a. Definición y organización de los elementos de la imagen que se desea proyectar.
  - b. Establecimiento de prioridades
  - c. Argumentar la elección y prioridad en función del nivel de satisfacción
3. Propuesta creativa. Se conceptualiza sobre soluciones gráficas y textuales
4. **ESTRATEGIA DE MEDIOS.** Tiempo de transmisión del mensaje y soportes, sobre la base de
  - i. **Cobertura del público**
  - ii. **Capacidad de reiteración**
  - iii. **Costo por impacto**
  - iv. **Alternativas de calidad del mensaje**
  - v. **Duración de la vida del mensaje en el soporte**
5. **Planificación de medios. Que da origen al plan de medios o cronograma de los mismos.**
6. Costos
7. **Medición de eficacia**