

# Brief de Publicidad y Medios

“El brief es la primera pieza de publicidad de una campaña”



**FECHA ENTREGA BRIEF: 1 de septiembre 2021**

**SEGMENTO: B2C**

**RESPONSABLE: Mayra Julieth Sarmiento Lopez**

**TIPO DE BRIEF** (Marque con un X):

| <b>Pieza Táctica</b>   | <b>Campaña Táctica</b>  | <b>Campaña Estratégica</b>   |
|--|---|--|
| Piezas tácticos o adaptaciones de campañas que ya se han ejecutado | Proyectos que necesiten una producción a media escala como promociones o upgrade de acciones. | Campañas 360 de marca, que necesitan planteamiento estratégico (Ej: Lanzamiento Fibra) |
| X  |   |  |

**1. ¿CUÁL ES EL OBEJTIVO DE COMUNICACIÓN?** (¿Cuál es el objetivo detrás del requerimiento, ventas? ¿Awareness? ¿Participación? ¿Es un objetivo de negocio?)

Informar a los clientes la oferta especial de **canal online** (aplica para asistido y automático) disponible para los días del 4 al 5 de septiembre todos los clientes que compren dúo o trio desde 150 megas **a través de este canal.**

**2. ¿QUÉ DEBEMOS COMUNICAR?** (¿Qué es la promo? ¿Cuál es el producto? ¿Qué debemos ayudar a solucionar?)

Debemos crear un banner y piezas en redes sociales que inviten a nuestros clientes a comprar a través del canal online cualquier oferta dúo o trio desde 150 megas de fibra en las ciudades de:

- ❖ Cali
- ❖ Barranquilla
- ❖ Cartagena
- ❖ Valledupar
- ❖ Bucaramanga
- ❖ Bogotá
- ❖ Medellín

Los obsequios se realizarán de la siguiente manera:

1. Los primeros 50 clientes que adquieran trio fibra desde 150 megas se llevarán una Tablet de obsequio.
2. Los primeros 50 clientes que adquieran Dúo fibra desde 150 megas se llevarán un morral de la selección Colombia.

NOTA: Se debe comunicar que se podrá reclamar la tablet desde el 1 al 31 de octubre en el CE asignado  
Referencia de la Tablet: **Alcatel 1T7**

# Brief de Publicidad y Medios

“El brief es la primera pieza de publicidad de una campaña”



**3. ¿CUÁL ES FOCO DE COMUNICACIÓN?** (*¿Existe algún beneficio que les interese comunicar más que otro? ¿Precio? ¿Plan? ¿Valor agregado? ¿Cuál es el 1, 2 y 3? Jerarquía del mensaje. Máximo 3 mensajes.*)

- Impulsar ventas del canal online a través de incentivos al cliente.

**4. ¿QUÉ NOS DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA?**

- El precio y velocidades de la oferta.

**5. ¿A QUIÉN DEBEMOS COMUNICARLE?** (*¿Cuál es nuestro grupo objetivo? Entre más preciso y menos demográfico mejor. Además, si tenemos una zona foco, Ej. ciudad, región, punto de venta*)

Clientes que compraren dúo o trio fibra desde 150 megas en las fechas comprendidas entre el 4 y 5 de septiembre través del canal online podrán llevarse una Tablet o un morral de la selección Colombia UBICADOS en:

- ❖ Cali
- ❖ Barranquilla
- ❖ Cartagena
- ❖ Valledupar
- ❖ Bucaramanga
- ❖ Bogotá
- ❖ Medellín

**6. ¿CUÁNDO DEBE ESTAR AL AIRE LA COMUNICACIÓN?** (*Fecha de salida al aire para poder tener el cronograma claro y respetar tiempos.*)

- El sábado 4 de septiembre de 2021.

**7. ¿CUÁL ES EL CALL TO ACTION?:** (*¿Qué esperamos que hagan las personas? ¿Cuál es canal de venta o atención*)

Informar clientes la oferta exclusiva fibra.

**8. ¿QUÉ PIEZAS REQUIERE LA COMUNICACIÓN?** (*¿Qué tipo piezas necesita para lograr su objetivo? ¿POP, Digital y Medios Masivos (Radio, TV, Impresos) ?*)

Banner, piezas redes sociales, pieza e mail, sms.

**9. CUÁLES SON LOS TÉRMINOS LEGALES** (*Incluyan los legales lo más cerrado posible, vigencias de precios, condiciones o restricciones.*)

- Aplica únicamente para las altas que se realicen en el canal online.
- No aplica para migraciones.
- No aplica para Soho.

# Brief de Publicidad y Medios

“El brief es la primera pieza de publicidad de una campaña”



- En el momento de la entrega del obsequio, el cliente titular deberá presentar fotocopia de su cédula y firmar el acta de entrega.
- **Redención tablet:** Luego de la instalación del servicio, el cliente podrá reclamar la tablet entre el 1 hasta el 31 de octubre de 2021 en el CE habilitado.

**ALGO MÁS:** Incluyan si es el caso, logos de aliados, mencione los adjuntos.