



BRIEF PARA DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS ONLINE

a. Creación de brief para campañas publicitarias online

El brief desarrollado para las campañas online tiene como objetivo principal recopilar la información necesaria para llevar a cabo el proceso de montaje, implementación y diseño de la campaña.

DATOS DE LA EMPRESA

DATOS BÁSICOS PARA CREACIÓN DE CAMPAÑA

Dominio de su Web:

.com.co, .com

Productos y servicios que va anunciar

Agencia de viajes, transportes especiales, imágenes de los vehículos,

URL de los productos y servicios (opcional)

Los anuncios no llevarán a la página de inicio sino a una página optimizada para convertir las visitas que buscaban un producto o servicio determinado. Ponga la URL de los productos y servicios específicos que desea promocionar. Tipo de campaña

Aun no esta creada

Localización geográfica de la campaña

Especificar los países y/o ciudades donde quiera que sea visto el anuncio de sus productos, además del idioma que desea ser buscado.

Alrededor del mundo sin excepción alguna incluyendo el idioma específico de cada país.

Palabras clave

Además de las palabras clave que nosotros consideremos, es posible que desee incluir algunas otras o asegurarse de que no olvidamos algunas que considere importantes.

Transporte, escolar, empresarial, ejecutivo, tiquetes, turismo receptivo, promociones, vacaciones, viajes, excursiones, cruceros, vuelos.

Presupuesto mensual

No aplica

Duración de la campaña

Indicar fechas específicas de duración y si es necesario días y horarios en las que es importante que sus anuncios sean vistos más que otras horas o días.

Si se saca una campaña duraría alrededor de 30 días corridos.

¿Tiene cuenta de Adwords? Se va a crear con el cliente

Usuario

NO TENEMOS

Contraseña

En caso de no proporcionarnos una, le crearemos nosotros una cuenta en gmail a nombre de su empresa y la asociaremos con Google Adwords.

INFORMACIÓN DE MARKETING Y DISEÑO PARA LA CAMPAÑA

¿Cuál es el Público objetivo con el que desea comunicarse?

Edad, género, lugar de origen, gustos, actitudes, estilo de vida. Si el Público objetivo es amplio, sería conveniente ordenarlos por importancia.

De 20 a 70 años con una estabilidad económica

¿Cuáles son los objetivos y factores claves para el éxito del proyecto?

Obtener mayor cantidad de visitas, modificar la percepción del consumidor, mejorar la experiencia del usuario, captar otro tipo de público, mejorar el posicionamiento en buscadores, actualizar el contenido, tener m etc.

Todas las anteriores incluyendo que la visita sea un "VISITA" efectiva.

¿Cuáles son los factores diferenciadores de su producto o empresa?

Certificados de calidad, experiencia, precios, calidad, entre otros, valores agregados, plus de producto o servicio.

Todos los anteriores y precios.

¿Cuáles son los ganchos comerciales de su campaña?

Promociones, descuentos, cupones entre otros.

Promociones

Crear un frenetismo alrededor de tu marca con ofertas y promociones apropiadamente promovidas, es una manera de convertir clientes potenciales (prospectos) en clientes

(compradores). También motiva a clientes pasados en estar activos nuevamente. Recuerda que no tienes que hacer descuentos ni rebajar los precios de tus productos / servicios para correr una promoción.

IDEAS PARA PROMOCIONES & OFERTAS

- Compre uno, lleve el otro gratis
- Compre Más, Ahorre Más (\$25 ahorre 10%, \$50 ahorre \$15, etc)
- Promociones y Ofertas basadas en Días Festivos
- Bonos Adicionales Con La Compra
- Consulta Gratis con la Compra
- Concursos

1. Bonos adicionales con la compra de...
2. Concursos
3. Promociones y ofertas basadas en días festivos
4. Consulta gratis con la compra..

¿Cuál es la promesa básica a resaltar en la campaña?

Escriba 1 o 2 frases de máximo 10 palabras por cada una

1. Cumplimiento de lo acordado con el cliente.
2. Garantizar un acompañante personalizado en su compra o el contrato de la empresa

¿Cual es su competencia?

1. Seditrans:
2. Astransporte:
3. Altonivel:
4. Los tiquetes mas baratos,
5. Despegar.com
6. tribago

Medios y redes de búsqueda

Red de búsqueda de Google ☒
 Red de display ☒
 Facebook ☒

Indique la cantidad de piezas a diseñar para toda la campaña.

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4
Red de display	x			
Slider página de aterrizaje		X		
Facebook			x	
Banner Móvil RD				
Móvil				

¿Cuáles son las imágenes o ilustraciones que usted cree pertinente deben ir en la página de aterrizaje?

Si usted ya tiene las imágenes enviarlas por correo electrónico a diseno@todoventa.com, o especificar en el siguiente cuadro que imágenes relacionadas quiere en la página de aterrizaje.

Vehículos del parque automotor, promociones de la agencia de viajes,

Descripción y observaciones para tener en cuenta al diseñar

Aplicación y utilización de los colores, textos a incluir importantes



1. Imágenes del parque automotor (vehículos), promociones de la agencia,
2. Colores: azul, blanco y en solo ocasiones negro.