

Brief Digital

para

Proyectos Interactivos

2021

iab•mexico



Nombre de la empresa:

A. Señala el sector al que pertenece

- Alimentos y Bebidas
- Automotriz
- Bienes de Consumo
- Educación
- Finanzas
- Gobierno y servicios públicos
- Medios y entretenimiento
- Retail
- Salud
- Tecnología y cómputo
- Telecomunicaciones
- Viajes y turismo
- Otro (Indicar cual):

B. Señala cuáles son los Principales competidores

1. Competencia Directa

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

2. Competencia Indirecta

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

C. Favor de enlistar los Activos digitales actuales

1. Sitio web (Específica la plataforma actual)

¿El sitio prevé migración o cambio de tecnología?

- Migración Cambio

El sitio cuenta con:

- CMS
- Inicio de sesión
- Objetivo principal del asset
spect del hosting
- Es responsivo
- Otro (Indicar cual) _____

2. ¿Cuentas con estrategia SEO?

- Sí No

Indica cuál:

3. ¿Cuentas con Redes Sociales?

- Sí No

¿Cuáles? Agrega nombre de usuario

4. ¿Cuentas con eCommerce?

- Sí No

¿Es propio o depende de terceros (marketplaces, etc)? Agrega links de espacios de eCommerce (propios o marketplaces)

2. ¿Qué indicadores de performance monitoreas para cumplimiento de dichos objetivos?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

En caso de tenerlos disponibles, comparte tus resultados de:

- Cuota de mercado: _____
- Ventas: _____
- SOV: _____
- SOM: _____
- Branding: _____
- Otros: _____

F. ¿Qué parte del funnel de marketing buscan atacar con la estrategia de Marketing digital? (Awareness, Consideration, Action/Conversion, Loyalty)

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

G. ¿Qué objetivos de marketing digital persigue tu marca/ iniciativa? Recuerda redactarlos bajo el esquema SMART

Específico

S ■ _____
■ _____
■ _____
■ _____

Medible

M ■ _____
■ _____
■ _____
■ _____

Alcanzable

A ■ _____
■ _____
■ _____
■ _____

Realistas

R ■ _____
■ _____
■ _____
■ _____

Tiempo

T ■ _____
■ _____
■ _____
■ _____

I. Buyer Persona (descripción detallada del target primario)

1. ¿Cuáles son los hábitos del target?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

2. Realiza una descripción psicográfica del target

J. ¿Cuál es el proceso de decisión de compra (Buyer's journey)?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

K. ¿Cuál es el problema principal (Describe los principales retos y barreras con los que se enfrenta la marca)?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

L. Describe los factores externos a considerar

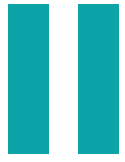
(ejemplo: acciones de la competencia, problemas de distribución, cambios en regulación, cambios en tipo de cambio que afecten al negocio, etc).

L. ¿Cuentas con manual de marca?

Aplicaciones del uso del logo, etc.

Sí

No



Objetivo del proyecto digital y alcances

A. Análisis de Data histórica

1. Experiencia Previa (Realiza una breve descripción de las acciones que se han implementado anteriormente, con indicadores).
2. ¿Qué consideran que les ha funcionado en el pasado?
3. ¿Qué consideran que no les ha funcionado en el pasado?

B. Describe los objetivos numéricos alcanzables sobre los siguientes aspectos:

1. Alcance
2. Branding
3. Performance
4. Clics
5. Registros
6. Conversión
7. Llamadas
8. Interacciones
9. Reproducciones
10. Ventas
11. MarketShare

C. Si aplica integrar SCOPE y Entregables (opcional)

1. Cronogramas de trabajo
2. Calendario de entregas
3. Tiempos y responsables, de dar y pedir la información
4. Estrategias en desarrollo para la planeación y ejecución

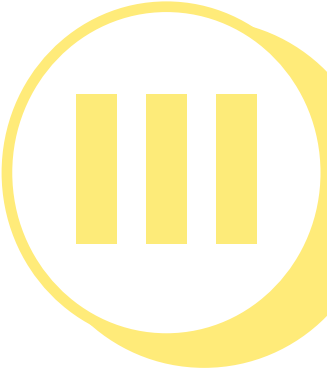
D. Si aplica integrar los siguientes ENTREGABLES: (opcional)

1. Reportes y documentos de desempeño
2. Resultados
3. Hallazgos y análisis
4. Mejoras u optimizaciones
5. Proyecciones
6. Comparativos (históricos) Lo que se ha alcanzado mes con mes

E. Realiza una descripción de los siguientes aspectos de tu audiencia:

1. Buyer persona
2. Demográficos
3. Geológicos
4. Psicográficos
5. Intereses
6. Detalle de la competencia y sus estrategias actuales
7. En caso de estrategia con compra programática describir el algoritmo por navegación
8. Cuenta con una Base de Datos propietaria que desee utilizar como base de la audiencia

F. ¿Cuál es la estrategia de contenidos actual?



Concepto creativo: Arquetipo de marca.

A. ¿Cuál es el ADN de la marca?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

B. ¿Cuáles son los atributos a resaltar (principal propuesta de valor)?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

C. ¿Cuáles son los principales objetivos de comunicación?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

D. ¿Cuáles son las referencias visuales?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

E. Explica la Voz y Tono de la marca.

F. ¿Cuál es la línea gráfica (logo, tipografía, colores de la marca, manual de marca)?

V

Presupuesto

VI

Otros datos relevantes

Otros datos relevantes a compartir sobre tu estrategia de comunicación

A. ¿Cuál es el presupuesto asignado para esta estrategia?

(Si no tienen un presupuesto fijo al menos mencionar un aproximado)

Rangos de presupuesto:

- 10 mil - 100 mil
- 101 mil - 250 mil
- 251 mil - 500 mil
- +501 mil - 1 millón
- 1 millón en adelante

B. ¿El presupuesto asignado incluye el fee de agencia?

- Sí No

C. ¿El desarrollo de materiales gráficos se incluye en este presupuesto?

- Sí No

C. Si tienes datos sobre presupuesto gastado en campañas previas (CPC, CPL, CPV, etc)

¿ Nos los puedes compartir? (opcional)