



Propuesta de trabajo Agencia 2018



1.Introducción

Esta propuesta describe las actividades que ViperMed llevará a cabo para generar una campaña digital con componentes tecnológicos de alto valor agregado e innovación. Contenidos educativos audiovisuales basados en evidencia de máxima calidad mezclados con herramientas digitales de Marketing conforman una propuesta que tiene como objetivo generar “Disease Awareness” en la población sobre temas relacionados al Asma y EPOC.

2. Situación del cliente

GSK lanzará una campaña de comunicación y educación orientada a sensibilizar a las personas sobre la importancia del diagnóstico y control en EPOC y ASMA. Para ello se hará uso de contenidos de alta calidad y tecnologías innovadoras.

2.1 Objetivos del proyecto

- Concientizar a la población sobre la importancia y los beneficios del diagnóstico temprano del Asma y EPCO.
- Concientizar a la población sobre la importancia del control y la adherencia al tratamiento en el EPOC y e ASMA (segmentado por nichos poblacionales).
- Ayudar a la población a conseguir acceso a centros medico especializados en Asma y Epoc.
- Aumentar el reconocimiento de marca de GSK en la comunidad medica y la comunidad de pacientes.
- Aumentar las ventas de los productos de GSK para Asma y Epoc.
- Diferenciar GSK de la competencia con una iniciativa de alto valor agregado e impacto social.
- Generar evidencia de compromiso social para fortalecer las relaciones institucionales de GSK.

2.3 Alcance

El proyecto se realizará en los siguientes países:

- Brasil
- México
- Argentina
- Colombia

- Chile

3 Plan de Marketing Digital

Objetivos

- Visibilidad online: Dar a conocer la marca mediante todas las acciones online y la planificación de publicidad en redes sociales y estrategia de anuncios.
- Hacer crecer el Awareness sobre los temas: Ofrecer contenido de interés y valor para aumentar comunidad de seguidores en redes sociales.
- Fortalecer la relación con la comunidad.

3.2 Herramientas

Acciones a implementar:

a) Creatividad de la campaña:

Consiste en una primera fase de investigación de toda información relevante sobre el tópico a comunicar (Asma y Epoc), los tratamientos disponibles y avalados y los intereses de público objetivo al cual se realizará la comunicación. La segunda fase consiste en la realización de versiones preliminares de los anuncios digitales, guiones, personajes y storyboard. El output de esta etapa es el input para el Armado gráfico, Programación y diseño de Web dinámica y el desarrollo de los videos Stop Motion

b) Armado Gráfico de piezas publicitarias:

Refiere a la composición visual de elementos gráficos para ser utilizados en la campaña. Cada elemento gráfico puede ser adaptado a diversos medios digitales de acuerdo al canal que se vaya a utilizar para realizar la publicidad (Facebook, Google Display, Banners y gif animados). Se utilizan 4 piezas graficas por mes por cada país.

c) Programación y Diseño de Web Dinámica:

Maquetación y diseño del sitio web el cual será responsivo con adaptación automática para dispositivos móviles: Smartphones, tablets, ipads, etc. y compatible con las últimas versiones de navegadores (Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla, etc.). Para esto se realiza un proceso de co creación tomando las mejores practicas del mercado y adaptandolas a las realidades de los mercados en los cuales se implementará el proyecto. En este item se incluye el armado de la web de Facebook.

d) Desarrollo de Videos Stop Motion:

Diagramación y producción de contenidos audio-visual en formato Stop Motion de hasta 1 minuto de duración cada uno. En estos videos se incluyen videos basados en evidencia BMJ y videos basados en información provista por GSK.

e) Honorarios de Agencia

Los Honorarios de Agencia corresponden al trabajo del equipo del Proveedor ó sus terceros contratados que se encargan de llevar adelante y mantener la cuenta GSK para los temas Asma y EPOC. La cuenta GSK se gestiona mensualmente, durante el periodo que lo indique el contrato. Durante este periodo ViperMed realiza análisis, planificación y adaptación de la comunicación de la campaña digital. Se desarrollan nuevas estrategias y sugerencias al cliente con el fin de optimizar la campaña y mes a mes lograr mejores resultados de acuerdo a objetivos propuestos, generando impacto y educando a la población sobre Asma y Epoc con el fin de aumentar las ventas. Se trabaja ofreciendo contenido de interés y valor. Se cubren hasta 3 redes sociales con este presupuesto (Google, Facebook e instagram).

f) Comunity Manager

Será quien se encargue de llevar adelante la campaña y estará específicamente asignado al proyecto.

Presupuesto

Asma y Epoc		Flag	Pais	2018												Total
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Web Site																
Creatividad de la campaña				7000												
Maquetado - Programación (hasta 20 páginas)				6000												
Videos Stop motion Valor unitario USD 1200 (se incluyen 2 sin costo)																
Doblaje al portuges		1		2000												
Licencia de uso de contenido de BMJ																
Licencia Annual				10000												
4 piezas gráficas mensuales																
Costo de elaboración y diseño (Valor de pieza unitaria USD 90)					1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800
Inversión en publicidad																
Facebook, Adsense, Instagram					4800	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Ejecución de campaña																
Planificación, ejecución y mantenimiento de campaña en Redes Sociales			Total	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600	10600
1	Brasil		3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
1	Argentina		1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
1	Mexico		1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
1	Colombia		1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
1	Chile		1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900	1900
1	Uruguay		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(*) Todos los precios están expresados en dólares americanos y sin impuestos ni retenciones