



Para este reto vamos a trabajar con una empresa de tu elección. Puedes seleccionar una empresa de cualquier sector, la única condición es que tengas la certeza de que maneja medios tradicionales y medios digitales en su estrategia de mercadeo.



1. Elige una campaña publicitaria de la empresa o negocio que seleccionaste.
2. ¿Cuáles consideras que son los objetivos de la campaña? ¿Y por qué?
3. ¿Crees que está integrada la estrategia en medios tradicionales con los medios digitales? Explica tu respuesta con ejemplos.
4. ¿Hacia dónde está enfocada la estrategia de mercadeo de la empresa: ¿el objetivo de ventas, posicionamiento o en los dos? Justifica tu respuesta.



RETROALIMENTACIÓN

Te invitamos a leer el siguiente ejemplo que te ayudará a determinar la efectividad del ejercicio que desarrollaste.

1. Elección de una campaña:

La empresa de cosméticos “belleza interior”, se orienta al mercado de mujeres entre los 12 a los 60 años. Su estrategia de mercadeo se basa en un modelo de integración entre medios tradicionales como lo son: la radio, la televisión y la prensa junto a medios digitales como las redes sociales, el sitio web y la pauta en plataformas digitales.

2. Objetivos de la campaña:

En la actualidad, se encuentra desarrollando una campaña denominada “por mi belleza”, en donde busca posicionar la marca como un referente de la mujer de hoy, fresca, exitosa, femenina e íntegra, y por supuesto, aumentar los ingresos por venta de productos.

3. Integración de medios tradicionales y digitales:

La estrategia de mercadeo de la empresa se basa en mantener un mensaje constante en medios digitales, complementando con salida en medios tradicionales, una vez por semana, para captar el mayor número de audiencias.

4. Enfoque de la estrategia de mercadeo:

Si la campaña seleccionada tiene aspectos de precio, se encuentra inclinada a un objetivo de resultados o ventas. Si bien, se enfoca en resaltar los atributos del producto o hablar de la marca, el objetivo es de branding o posicionamiento de marca. Un negocio puede contener en su estrategia de mercadeo, objetivos de branding y resultados.