



## SOLUCIÓN

El supermercado “**TodoX2**” se encuentra de aniversario y para celebrar la fecha, construyó una campaña denominada, “**X2 todo es mejor**”, la cual se encuentra muy fuerte en medios tradicionales como: radio, televisión y prensa. El Gerente de Mercadeo desea probar nuevos canales para la activación de campañas y, toma la decisión de acceder a medios digitales como las redes sociales y su sitio web para acceder a otras audiencias.



1. ¿Cómo integrarías el modelo de comunicación y ventas en medios tradicionales a medios digitales? “TodoX2” cuenta con los siguientes activos digitales: Redes sociales (Facebook y Twitter) y su sitio web.
2. ¿Qué protocolos o guiones debería crear “TodoX2” con respecto al lanzamiento de la campaña, “X2 todo es mejor”?



## RETROALIMENTACIÓN

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

### 1. La integración del modelo de comunicación y ventas en medios tradicionales a medios digitales consiste en:

- Desarrollar un concepto de campaña adaptado a los diferentes medios, apoyándose de piezas de gráficas y visuales.
- Direccional audiencias en doble vía, de medios tradicionales a digitales y de medios digitales a tradicionales.
- Definir la participación y alcance de medios tradicionales y digitales a partir de la estrategia de negocio.
- Publicaciones en medios digitales y tradicionales de forma simultánea, manteniendo una constancia en digital.

### 2. Protocolos para el lanzamiento de la campaña

Los protocolos o guiones que debe crear “TodoX2” con respecto al lanzamiento de la campaña, “X2 todo es mejor, se enfocan en responder las inquietudes y objeciones que surjan con respecto a la campaña publicitaria.