



UADE

TRABAJO INTEGRADOR FINAL

Anunciante: Columbia Sportwear
Contexto comunicación: Rally Dakar 2017.

UNIVERSIDAD
ARGENTINA DE LA
EMPRESA

Profesor:
Fabian Maison

Integrantes:
Boidi, María Julia
Lopez Castro, Carolina
Minuzzi, Santiago

Índice

- 1. Brief creativo 2
- 2. Concepto7
 - “Todo Terreno”7
- 3. Planificación de medios 8
 - 3.1. Racional 8
 - 3.2. Planillas..... 9
- 4. Piezas creativas13
 - 4.1. Televisión13
 - 4.2. Radio.....13
 - 4.3. Gráficas.....14
 - 4.4. Vía Pública16
 - 4.5. Acción BTL17
 - 4.6. PNT.....18
 - 4.7. Marketing Directo19
 - 4.8. Acción Digital 20
 - 4.8.1. Facebook 20
 - 4.8.2. Twitter21
 - 4.8.3. Teads – InRead..... 22

1. Brief creativo

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

MARCA: Columbia	PROYECTO: Omni-climas	FECHA: 28 Septiembre	ES UN BRIEF PARA REALIZAR: Campaña de producto
---------------------------	---------------------------------	--------------------------------	--

¿PÓR QUE HACEMOS ESTE BRIEF?

Objetivo de marketing: Aumentar un 5% el market share de indumentaria outdoor, en un plazo de 6 meses.

JTBD: Nuestra estrategia para cumplir nuestro objetivo de marketing, se enfoca en conseguir nuevos consumidores que actualmente no están dentro de la categoría. Por ejemplo, deportistas que utilizan ropa de cadenas genéricas (Nike, Adidas, Puma, etc) para practicar deportes extremos.

Objetivo de comunicación: Generar awareness de los atributos tecnológicos que ofrecen las prendas de Columbia para distintos usos, en un 60% del target en el plazo de 3 meses.

ATRIBUTOS Y BENEFICIOS DE LA MARCA (BENEFIT LADDER)

Atributo del producto: Indumentaria con tecnología para cada ocasión.

Beneficio del producto: Te mantiene cálido, seco, fresco o protegido.

Beneficio para el consumidor: Poder seguir haciendo deporte aunque transpire, estar seco aunque llueva o se moje, sentirse más firme en suelos hostiles y cuidarse del sol.

Beneficio emocional: Se siente protegido, preparado y profesional.

PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y Mujeres profesionales, de entre 30 y 50 años, actualmente viviendo en grandes ciudades de Argentina. NSE ABC1. Conviven con su pareja y sus hijos y cuenta con un muy buen puesto laboral, en una empresa internacional que le demanda 9 horas diarias de lunes a viernes.

Además de su departamento en la ciudad, cuentan con una casa de campo para disfrutar los fines de semana con su familia y amigos. Disfrutan mucho de las actividades al aire libre, y siempre que puede se hace una escapada para alejarse del cemento de la ciudad.

Durante la semana practican actividades físicas como caminar, correr e ir al gimnasio, pero son amantes de los deportes "outdoor" como el trekking de montaña y pesca. Además, durante los inviernos, se van de vacaciones religiosamente a practicar Ski. No se sienten profesionales en estos deportes, razón por la cual cuando eligen la indumentaria para estas actividades, se conforman con solamente ropa abrigada.

En cuanto a su personalidad, son personas muy dinámicas siempre en movimiento. Están bastante comprometidos con el medio ambiente, por lo que suelen reciclar y tratan de generar la menor cantidad de residuos, educando a sus hijos para que adopten estos hábitos. Son personas responsables y aprovechan su buen pasar económico para disfrutar de distintos viajes y actividades en familia afuera de la ciudad: son "aventureros".

Sus intereses principales son: los deportes, la buena vestimenta, los autos y la naturaleza.

CUANTIFICACIÓN DEL TARGET

Estimamos que nuestro target se conforma por 4.183.000 personas (Fuente TGI)

ACCIÓN DESEADA

Aspiramos a que los usuarios de otras marcas –que no son exclusivamente outdoor- se animen a elegir indumentaria especializada para deportes y actividades al aire libre.

¿Qué siente, piensa y hace el target ahora? (En relación con nuestra marca y su categoría)

- **SIENTE:** Siente que no es tan profesional como para invertir en la marca, pero siente que le serviría usarla.
- **PIENSA:** Asocia a Columbia a una marca de camperas cara, de buena calidad y deportiva, específica para hacer deportes al aire libre, actividades físicas o para pasar un día de campo.
- **HACE:** Disfruta de las actividades al aire libre y practica algún deporte extremo al menos una vez al año. Hace deportes durante la semana y cuando se va de vacaciones trata de realizar excursiones de aventura.

¿Qué queremos que sientan, piensen y hagan luego de ver la comunicación? (En relación con nuestra marca y su categoría)

- **SIENTE:** Queremos que sienta que con Columbia va a poder profesionalizar su deporte y optimizar la actividad que practique al aire libre.
- **PIENSA:** Queremos que piense que el precio de Columbia es adecuado por la buena calidad del producto en cuanto a la duración y los beneficios que brindan las tecnologías con las que se desarrollan sus prendas.
- **HACE:** Que la próxima vez que compre ropa para el aire libre, compre Columbia Sportswear y la recomiende a sus entornos.

¿CUÁL ES EL PUNTO MÁS IMPORTANTE A COMUNICAR?

Columbia ofrece los productos más innovadores especializados para distintos climas y ambientes.

¿POR QUÉ VAN A CREERLO?

Por la aplicación de tecnologías en su indumentaria pensadas para distintos usos, que fueron testeadas en los ambientes y condiciones más hostiles del planeta.

Tecnologías para mantenerte cálido

- **TurboDown.** Combina los beneficios de la pluma y el aislamiento sintético, logrando reducir los puntos fríos y retener el calor con muy bajo peso, incluso cuando la prenda se moja. Se puede encontrar dicha tecnología en camperas Columbia.

- **Omni-Heat Reflective.** Esta innovadora tecnología se enfoca en su propiedad reflectante, garantizando mantener el cuerpo cálido y cómodo en condiciones de frío intenso, ya que logra expulsar la humedad mediante las propiedades conductoras de los puntos metálicos en su tejido. Dicha tecnología puede encontrarse en toda la gama de productos Columbia.

Tecnologías para mantenerte seco

- **Omni-Tech.** Consta de una membrana microporosa que impide que el agua penetre en el tejido, pero permite expulsar humedad, logrando que la persona se mantenga seca. Es una protección "impermeable y respirable". Se puede encontrar esta tecnología en toda la gama de productos Columbia.
- **OutDry.** Es una tecnología patentada para la impermeabilización de calzados, guantes e indumentaria técnica. Impide el ingreso de agua gracias a un proceso de laminación impermeable y respirable hacia el exterior.
- **Omni-Wick Evap.** Controla la humedad, logrando mantener a la persona seca y cómoda, gracias a un diseño especial de canales que dispersa rápidamente el sudor, acelerando el proceso de evaporación.
- **Omni-Wick.** Elimina la humedad del cuerpo y permite que la transpiración se evapore más rápido con el fin de mantener a la persona seca y cómoda.

Tecnologías para mantenerte fresco

- **Omni-Freeze zero.** Tecnología de refrigeración líder en el mercado, que reduce la temperatura del tejido para que la persona se sienta más fresca. Omni-Freeze Zero reacciona cuando entra en contacto con la transpiración.
- **Omni-Freeze.** Tejidos de fibras planas que facilitan la dispersión del calor y resultan más frescas al tacto. Esta tecnología es ideal para actividades aeróbicas.

Tecnologías para mantenerte protegido

- **Omni-Shade.** Bloquea las radiaciones ultravioletas A y B del sol, contribuyendo a prevenir quemaduras y el daño en la piel a largo plazo. Dicha tecnología es recomendada por la fundación de Cáncer de piel.

- **Omni-Wind.** Presenta una membrana técnicamente avanzada que proporciona una protección respirable contra el viento. Cuenta con un tejido liviano que impide la penetración del frío pero que a la vez permite la eliminación de la transpiración hacia el exterior.
- **Omni-Shield.** Es un tejido recubierto que resiste a todos los líquidos y repele las manchas.
- **Omni-Shield Blood'n Guts.** Sus tejidos actúan como una barrera contra manchas líquidas, especialmente provocadas durante la faena de la pesca.
- **TechLite.** Material diseñado específicamente para asegurar comodidad y protección superiores a los calzados y mochilas. TechLite amortigua los golpes, y es un material ideal para proporcionar apoyo y protección constante.
- **Omni-Grip.** Tecnología diseñada para los calzados Columbia, que emplea compuestos de caucho para favorecer los ascensos y la aceleración, así como la tracción en superficies irregulares, húmedas, mojadas, heladas, etc.

RECOMENDACIÓN INICIAL SOBRE EL ROL POTENCIAL DE LOS MEDIOS PARA ALCANZAR AL TARGET

- Revistas
- Digital
- TV Cable
- Cine

TIMMINGS

Diciembre: Lanzamiento de campaña

Abril: Post-test publicitario

MANDATORIOS

- Logo Dakar
- Legales: "la imagen de la figura humana ha sido retocada y/o modificada digitalmente"

2. Concepto

“Todo Terreno”

Las tecnologías con que Columbia desarrolla sus prendas para mantenerte seco, cálido, fresco y protegido son el diferencial de la marca. Como conclusión, comunicaremos que la marca cuenta con una prenda para cada clima, anulando las consecuencias negativas de cada uno. Alineados con la competencia Rally Dakar definimos que Columbia es todo terreno, así como también lo son los autos participantes de la carrera automovilística y los usuarios de la marca.

3. Planificación de medios

3.1. Racional

La campaña se llevará a cabo durante los meses de Noviembre y Diciembre 2016 y Enero 2017, para tener presencia antes del comienzo del Rally Dakar y durante el mismo.

Se combinaron medios de amplia cobertura como Vía Publica, TV y Radio y otros de mucha afinidad con el target como revistas con mucha presencia en el segmento al que apuntamos, Cine y pauta en Internet.

En Vía Publica se eligió avanzar con 7x3 a lo largo de todo el país que es un formato de gran impacto y presencia.

En TV se planificaron PNTs en un canal de mucha cobertura y salidas del spot en canales deportivos.

En radio se seleccionaron las de mayor afinidad a target pero al mismo tiempo de gran cobertura.

Las revistas que se eligieron combinan viajes, deportes, aventura y otras más masivas, todas de nivel socioeconómico alto/medio.

Cine se eligió por tratarse de un segmento socioeconómico alto.

En internet se eligió el formato *InRead* para mostrar el comercial en distintas webs, segmentando por perfil de lector. Por otra parte se realizarán anuncios patrocinados en redes sociales que incluyen anuncios de video y anuncios interactivos de formato GIF, que invitan a jugar con las prendas.

Con esta combinación de medios se planea llegar a un gran porcentaje del target.

3.2.7. Cine

Ubicación	Tipo Tarifa	Semanas	Tarifa	Costo Bruto	Dto %	Costo Neto Total
FILMSUEX						
Argentina	CINESEMANA	12	\$ 11.100,00	\$ 133.200,00	0,00%	\$ 133.200,00

Totales:	
Costo Bruto:	\$ 133.200,00
Total Descuentos	\$ 0,00
Total Neto:	\$ 133.200,00

3.2.8. Internet

Ubicación	Tipo de Compra	Fecha Inicio	Fecha Fin	Clicks	Interacciones	CPM	CPE	CPV	Dto %	Inversion
Facebook										
Facebook Engagement	CPC	01/11/2016	29/01/2017				0,50		0,00%	\$ 300000,00
Video Ad	CPV	01/11/2016	29/01/2017					0,10	0,00%	\$ 300000,00
Twitter										
Promoted Tweet	CPE	01/11/2016	29/01/2017				\$ 1,00		0,00%	\$ 300000,00
Promoted Video	CPV	01/11/2016	29/01/2017					\$ 0,15	0,00%	\$ 300000,00
Teads										
InRead		01/11/2016	29/01/2017					\$ 0,10	0,00%	\$ 650000,00

Totales:	
Costo Bruto:	\$ 1850000,00
Total Descuentos	\$ 0,00
Total Neto:	\$ 1850000,00

4. Piezas creativas

4.1. Televisión

En el anuncio se puede observar un clima muy lluvioso. A continuación se puede ver como Mariano, fotógrafo oficial del Rally Dakar observa la lluvia desde la ventana de su casa, sin preocuparle la misma. Acto seguido, Mariano se pone una campera impermeable Columbia, antes de tomar su cámara de fotos y su credencial de fotógrafo oficial. En la escena siguiente él decide salir de su casa, ya preparado pero cuando abre la puerta lo encandila la luz del sol y el sonido de pájaros en referencia a un día soleado.

Mariano se va caminando tranquilo, siguiendo con su rutina.

Voz en off final: "Mantente seco con la tecnología Omni-Tech de Columbia. Que el clima no te detenga"

4.2. Radio

En el comercial de radio se pueden escuchar pasos a lo largo de toda la duración en referencia a Mariano, que nunca detiene su trayecto mientras va sacando distintas fotos. En un primer momento se escuchan pájaros como si el clima estuviera soleado pero en el acto seguido, se escucha una lluvia torrencial, pero Mariano sigue caminando.

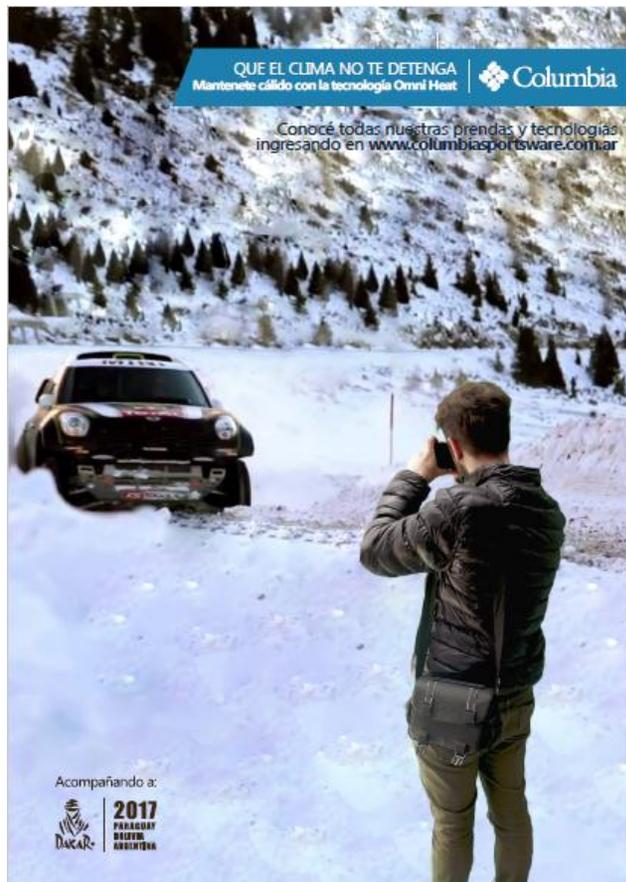
Voz en off 1: "Hola, soy Mariano Torres, fotógrafo oficial del Rally Dakar. La carrera no se suspende por lluvia, calor extremo ni nieve. Por eso uso Columbia, que gracias a la tecnología de sus prendas, el clima no es un problema"

Voz en off 2: "Que el clima no te detenga"

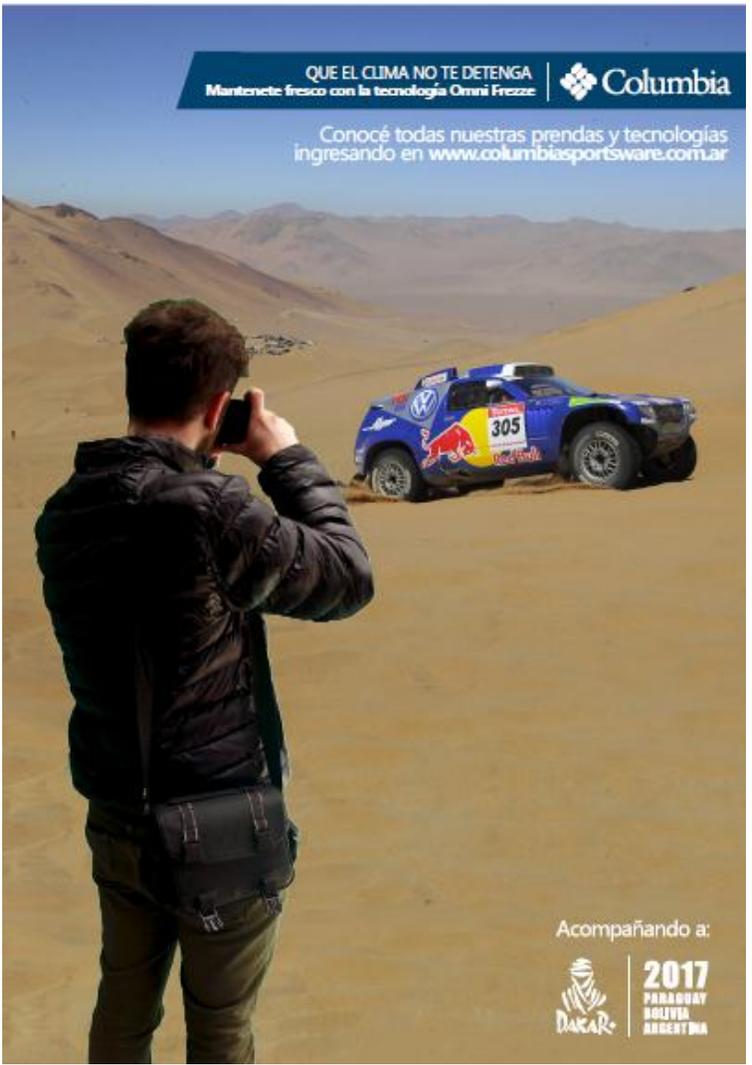
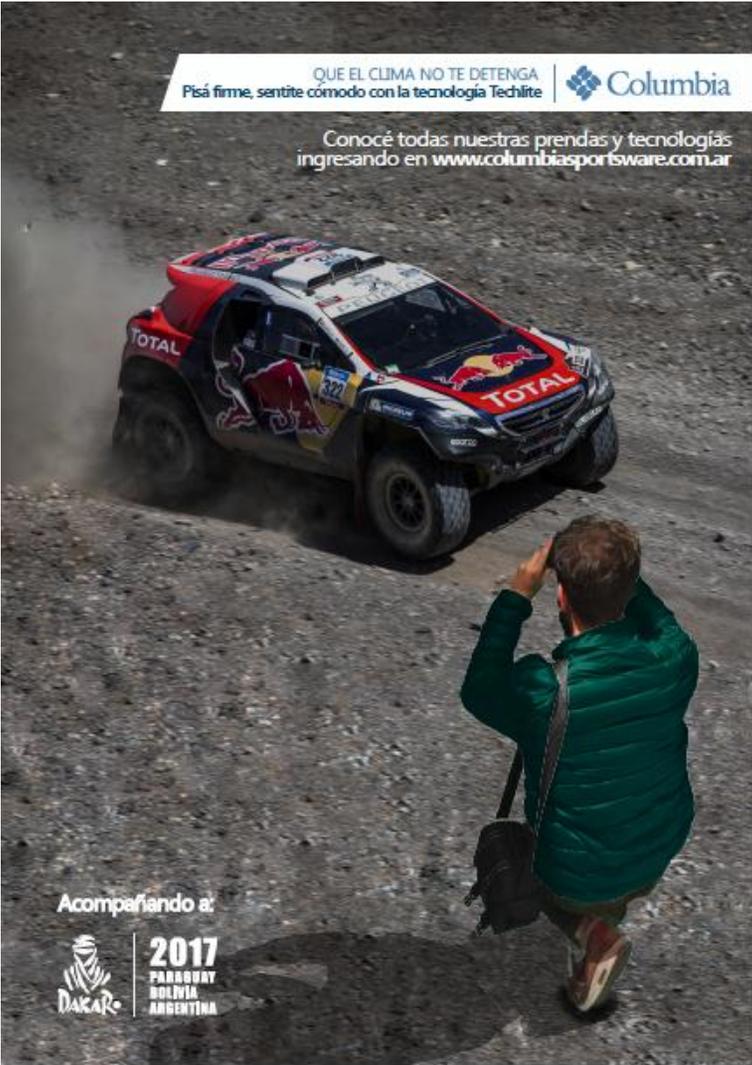
4.3. Gráficas

En continuidad con la pieza audiovisual se puede observar al protagonista, Mariano, en distintos escenarios de Dakar realizando su trabajo. Haciendo uso de prendas de Columbia y poniendo a prueba las tecnologías específicas de cada una.

4.3.1. DIARIO



4.3.2. REVISTAS



4.4. Vía Pública



4.5. Acción BTL

Instalaremos en algunos de los puntos más importantes que recorre el Rally Dakar (Buenos Aires, Córdoba, Rosario y La Rioja) una manga de campera Columbia (túnel inflable). La instalación tendrá instalación de aires acondicionados y la gente podrá atravesarlos para tomar un respiro del calor agobiante del verano. Por otra parte pondremos un stand a un costado con información sobre los puntos de venta Columbia, con una promotora que le pedirá a las personas completar, en una Tablet, algunos datos personales con el objetivo de armar una base de datos. Se recopilarán los siguientes datos:

- Nombre
- Código postal
- E-mail



4.6. PNT

Contrataremos un PNT en Arriba Argentinos (El Trece) en el cual el Alfredo Costa, comentará como siempre el clima, en este caso comentará que el clima está muy caluroso. Pero luego atraviesa el "túnel Columbia" y comenta de la tecnología "Omni Freeze Zero" para mantenerte fresco y continuar con tus actividades diarias.

Guion de PNT:

Luego de contar el clima del día (en días calurosos), el periodista dirá el siguiente discurso:

"En un día como hoy, donde hace tanto calor, por suerte estamos en la manga "Freeze Columbia" y nos refrescamos para continuar con nuestro día. Les cuento que Columbia cuenta con una línea de productos equipados con tecnología "Omni-Freeze Zero" que reaccionan a la transpiración y reducen la temperatura de la prenda para que te sientas más fresco". Los invitamos a pasar por la manga "Freeze Columbia" para dar un respiro del calor agobiante. ¡Que el clima no te detenga!



4.7. Marketing Directo

Enviaremos 10.000 cartas personales (con forma de campera) con un descuento del 25% sobre alguna prenda Columbia en cualquier sucursal del país. La misma contará con un código QR que será leído en los locales para aplicar el descuento, y de esta forma podremos medir los resultados obtenidos a partir de esta acción.

Utilizaremos las bases de datos de los participantes de la famosa competición el "Cruce Columbia" sumado a las bases de datos obtenidas en la acción BTL (manga "Freeze Columbia").

25% OFF Elegí tu prenda con tecnología

Presentando este código en cualquier sucursal del país, tenés un 25% de descuento sobre la prenda Columbia que elijas.

Ingresá a www.columbia.com.ar y encontrá tu sucursal más cercana.

Tenés tiempo hasta el 28 de Febrero de 2017.
¡NO TE LO PODÉS PERDER!




4.8. Acción Digital

Para nuestra comunicación digital utilizaremos los siguientes medios:

- Facebook
- Twitter
- Teads (formato InRead video)

Propondremos un juego en formato GIF, el cual invita a los usuarios a detenerlo en el momento exacto para colocar una prenda Columbia, para ayudar al fotógrafo oficial del Dakar a continuar haciendo su trabajo sin problemas. Además vamos a pautar nuestro comercial audiovisual mediante el formato de Facebook de video.

4.8.1. Facebook



Columbia Sportswear Sponsored Like Page

¡Que el clima no te detenga! Aprovechá las prendas Columbia con tecnologías para mantenerte cálido, seco, fresco y protegido



120 34 Comments 20 Shares

Like Comment Share

4.8.2. Twitter

Columbia Sportswear @ColumbiaSportswear · 🌐

Ayudá a Mariano a Cuidarse del ☀ con la tecnología #OmniShade de Columbia ¡Detené el 🌞 en su lugar!



416 647

Promoted

Columbia Sportswear @ColumbiaSportswear · 🌐

Ayudá a Mariano a Cuidarse del ❄ con la tecnología #OmniHeat de Columbia ¡Detené el 🌨 en su lugar!



416 647

Promoted



4.8.3. Teads – InRead



lograr grandes interpretaciones en la pantalla grande. En **Gold**, su última película, el ganador del Oscar está irreconocible: con poco pelo y con 20 kilos de más.

Espacio Publicitario



En una reciente entrevista, **McConaughey** detalló **cómo fue que logró la transformación física** para meterse en la piel de

- 4 Alerta roja en el mar Caribe por el huracán Otto: hay 4 muertos en Panamá y evacuaciones masivas
- 5 Cristiano Ronaldo: "El día de la final de la Eurocopa desperté con tres rubias en la cama"

Del 22 al 27 de Noviembre

BLACK FRIDAY

Buquebus.com

35% OFF 15% OFF Ver ofertas



123° CAMPEONATO ARGENTINO ABIERTO DE POLO HSBC

En el polo hay más

