



### **ESTRATEGIA CREATIVA**

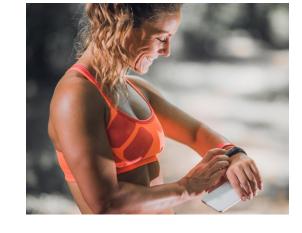
# CASOS PRÁCTICOS Y EFICACES DE *BRIEFING*



### CASOS PRÁCTICOS Y EFICACES DE BRIEFING

## Caso 1. Lanzamiento de un nuevo producto tecnológico

- **Objetivo.** Aumentar las ventas del nuevo smartwatch en un 30 %, durante los primeros 6 meses de lanzamiento.
- Público objetivo. Jóvenes adultos (18-35 años) interesados en tecnología, fitness y estilo de vida saludable.
- Mensaje clave. Nuestro smartwatch no solo conecta, sino que también ayuda a alcanzar metas de fitness y bienestar.



- Tono de voz. Moderno, dinámico y motivador.
- Restricciones. Presupuesto limitado; lanzamiento prioritario en redes sociales.
- KPI's. Ventas, interacción en redes sociales y descargas de la app.
- **Ejemplo visual.** un joven dinámico utilizando el smartwatch durante una sesión de entrenamiento.

#### Caso 2. Campaña de rebranding para una marca de ropa

- Objetivo. Cambiar la percepción de la marca de "ropa casual" a "moda sostenible y ética".
- Público objetivo. Mujeres de 25 a 45 años, preocupadas por el medio ambiente y la moda consciente.
- Mensaje clave. Nuestra ropa está hecha con materiales sostenibles y apoya a comunidades locales.
- Tono de voz. Auténtico, cercano y comprometido con el medio ambiente.



- Restricciones. Mantener la identidad visual original de la marca.
- KPI's. Incremento en seguidores en redes sociales y ventas de productos sostenibles.
- Ejemplo visual. Una modelo usando ropa de la marca, en un entorno natural.



## Caso 3. Campaña de concienciación sobre una enfermedad

- Objetivo. Aumentar la conciencia sobre el cáncer de mama y promover la detección temprana.

- Público objetivo. Mujeres de todas las edades.
- **Mensaje clave.** La detección temprana, salva vidas. Realizarse un autoexamen, regularmente.
- Tono de voz. Emocional, inspirador y educativo.
- Restricciones. Colaboración con organizaciones sanitarias.
- KPI's. Aumento en la cantidad de autoexámenes realizados y en las donaciones.
- **Ejemplo visual.** Una imagen impactante de una mujer, con un lazo rosa.

### Caso 4. Campaña de lanzamiento de un nuevo sabor de helado

- **Objetivo.** Introducir el nuevo sabor de helado de chocolate con menta y aumentar las ventas en un 15 %.
- Público objetivo. Adolescentes y jóvenes adultos que disfruten de sabores dulces y refrescantes.
- **Mensaje clave.** Disfruta de una combinación irresistible de chocolate y menta.
- Tono de voz. Divertido, juvenil y tentador.
- Restricciones. Presupuesto limitado, enfoque en publicidad digital.
- KPI's. Ventas del nuevo sabor e interacción en redes sociales.
- **Ejemplo visual.** Un helado de chocolate y menta, con una presentación atractiva y colorida.

#### Lecciones aprendidas

1. **Claridad en los objetivos.** Cada *briefing* detalla el propósito, el público y el mensaje clave, de forma precisa.





- 2. **Adaptación al contexto.** Los *briefings* reflejan ajustes, según el producto, servicio o público.
- 3. **Impacto de los visuales.** Las imágenes fortalecen la conexión con la audiencia y refuerzan las ideas.
- 4. **Medición de resultados.** Los KPI's permiten evaluar los logros de cada campaña.