**Determinar la audiencia meta**

Vehículos y medios necesarios para la difusión de la campaña de comunicación, en función del público objetivo y el presupuesto disponible.

**Determinar los objetivos de la campaña**

Hace referencia al desarrollo del mensaje promocional como estrategia creativa.

**Determinar el presupuesto**

Hace referencia a la toma de las dos decisiones básicas por parte de la empresa en cuestión de las actividades promocionales.

**Determinar la estrategia de medios**

Utiliza las siguientes medidas: ventas, conciencia, recordación, criterio ejecutivo, intención de compra y rentabilidad, sin importar el medio que se utilice.

**Determinar el mensaje**

Las empresas establecen el perfil de sus clientes de acuerdo a sus expectativas.

**Determinar el enfoque de campaña**

Estos cumplen con las siguientes características: medibles, alcanzables, relevantes y temporales.

**Determinar la eficacia de la campaña**

Se establece en función de los objetivos que se satisfarán y los recursos de la empresa.