

### Ejemplo plan de comunicación

Estrategia de comunicación llevada a cabo por Kellog's para vender los Special K (caso real).

*Tomado de Cómo elaborar un plan de comunicación, Manuales prácticos para Pymes, España (2010).*

**Mercado objetivo:** mujeres habitantes de la zona urbana de principales ciudades, con edades entre los 25 y los 45 años, estudios técnicos y profesionales, ingresos promedio de tres salarios mínimos, ejecutivas de profesiones relacionadas con áreas administrativas y comerciales. Viven solas, con amigos o en pareja, son mujeres que cuidan su figura, se ejercitan con frecuencia, practican deporte o alguna actividad física, sociables, les gustan la buena comida sin excederse, piensan en el futuro, viajar, conformar una familia, ser independientes económicamente.

Objetivo	Estrategias	Estrategia de medios	Actividades	Recursos	Responsables	Indicadores
Consolidar el posicionamiento del 60 % de SK como aliado de la mujer en el cuidado de la línea durante todo el año.	Presentar el Plan SK 15 días como la forma más sencilla de recuperar la figura tras los excesos navideños. Para comunicar este mensaje se puso en marcha una estrategia creativa basada en la ruptura con los códigos	La estrategia de medios consistió en utilizar diversos soportes: televisión, revistas, exterior y web. Sobre todo, se utilizó la televisión, por su gran cobertura, en la que se	Seleccionar los códigos tradicionales.	Técnicos: hojas y lápiz.  Tecnológicos: pc, internet.  Humanos: investigador antropólogo, especialista en marketing.  Económicos: \$5'000.000.	Director creativo.	El posicionamiento de SK está al final del año en el 60 %.
			Desarrollo del concepto y el mensaje.	Técnicos: hojas y lápiz,		

	tradicionalmente utilizados en la categoría de cereales.	insertaron varias piezas de anuncios muy notorios, como la chica SK luchando contra una representación de un polvorón gigante u otras piezas.		<p>resultados de la investigación.</p> <p>Tecnológicos: pc, internet.</p> <p>Humanos: antropólogo, <i>planner</i>, director creativo.</p> <p>Económicos: \$7'000.000.</p>		
			Producción de las piezas.	<p>Técnicos: hojas, lápiz, resultados de la investigación, concepto creativo.</p> <p>Tecnológicos: pc, internet, <i>software</i> de diseño, estudio de fotografía, estudio de video.</p> <p>Humanos: creativos, diseñadores, director de arte, productor, fotógrafo.</p>		

				Económicos: \$80'000.000.		
			Programación de los medios y lanzamiento de la campaña.	Técnicos: hojas y lápiz, resultados de la investigación.		
				Tecnológicos: pc, internet.		
				Humanos: <i>planner</i> , director creativo, ejecutivo de medios.		
				Económicos: \$6'000.000.		
			Actividad 2	Recursos		
			Actividad 3	Recursos		
			Actividad 4	Recursos		