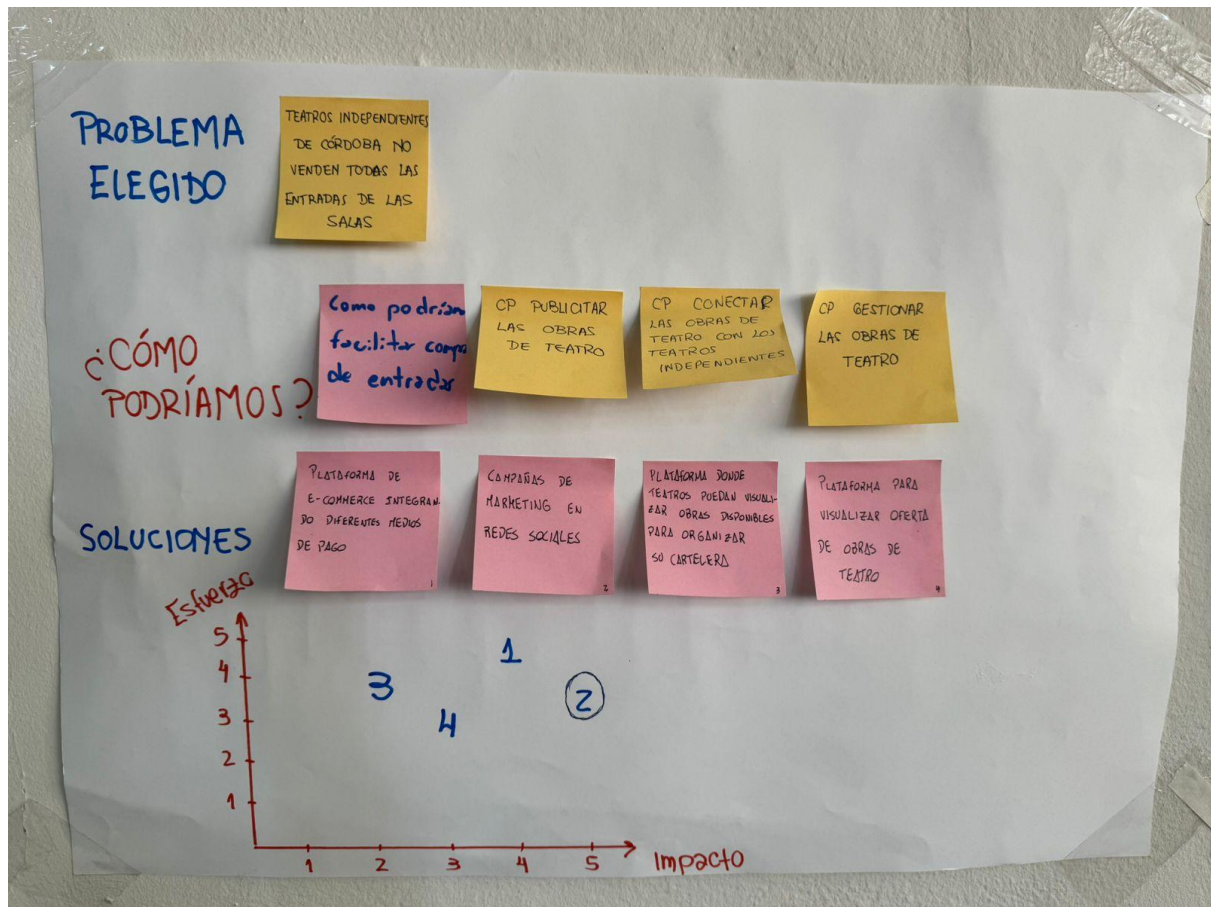
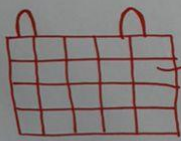


Trabajo Práctico Evaluable 15 - Design Thinking



- ✓ CONOCÉ TUS POTENCIALES CLIENTES
- ✓ PUBLICITÁ TUS OBRAS DESDE UN SOLO LUGAR
- ✓ LLENÁ TUS SALAS!



PUBLICACIÓN

- ✓ Fecha y Hora
- ✓ Red Social: Instagram
- ✓ @ Post adjunto



Etapa 2 Desmolda, Montar na Per controla



Etape 3 Feedback de résultats

[illegible]

CAMPAÑAS POR REDES SOCIALES

1. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE POSIBLES PERSONAS QUE ESTÉN POTENCIALMENTE INTERESADAS EN TEATROS Y OBRAS. ESTRUCTURACIÓN Y LLENADO DE DATOS.

2

CREACIÓN DE REDES SOCIALES,
ANÁLISIS DE PLATAFORMAS MÁS
INFLUYENTES, CREACIÓN DE
Cuentas en plataformas ADS,
CONTACTAR CON INFORMACIÓN DE
PERSONAS DEL PASO ANTERIOR.

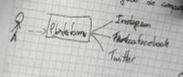
3. LANZAMIENTO Y PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS. DETERMINAR AUDIENCIA Y FECHAS.

Paso 1:
Desarrollar la idea planteada, una interfaz para comunicarse con los países socios.

Paso 2:
La red social recibe la campaña de marketing que se define para la mayoría de la venta de productos.

Paso 3:
La red social recibe la forma de pago para la publicación de forma de todos los integrantes.

① Sistemi simple e integrati



① Elegir redes sociales donde se está promocionando

② ~~Elaborar~~ Diseñar estrategias de comunicación

- Desarrollo de sistemas, seleccionar clientes para que lo pisen
- En base al feedback, mejorar el producto



② Salir a buscar clientes, promover el producto

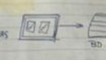


④ DESARROLLAR SISTEMA PARA CENTRALIZAR DATOS DE CLIENTES, PREFERENCIAS, OTRAS DE INTERÉS, ETC.

② INTEGRAR GOOGLE ADS
PARA REALIZAR CAMPAÑAS

1. What is the purpose of the experiment?

③ PLANIFICAR PUBLICIDADES EN REDES SOCIALES



CRENDARIO

□	□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	□
□	□	□	□	□	□

Publication
/ Real Social
/ Real