

Fight Virus With Vaccines

Go to Market Strategy

Fecha: 13.03.2022

PREPARACIÓN	DESCUBRIMIENTO	DISEÑO	RECOMENDACIONES
Preguntas clave:			
<i>¿Cuáles son los objetivos?</i>	<i>¿Cuál es el mercado potencial?</i>	<i>¿Dónde es necesario entregar?</i>	<i>¿Cómo se determinará que hubo</i>
Alcanzar el mayor número de ciudadanos posible, incrementando el número de personas vacunadas	Ciudadanos nacionales de todas las edades y profesiones	En todos los medios de comunicación (FB, TW, IG, entre otros), para facilitar el conocimiento de la página	Cuando exista un mayor número de personas vacunadas o inscritas en los procesos de vacunación
Promover la cultura de vacunación como un bien común			Cuando en el estatus de las publicaciones se registre un número
Enfoque:			
<i>Claridad sobre los objetivos</i>	<i>Identificar características y</i>	<i>Evaluación de opciones de canales</i>	<i>Ir más allá con el mejor canal para</i>
Definir tareas y actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos	Considerando el mercado potencial, priorizar acciones enfocadas en los grupos de atención prioritaria para su conocimiento	Facebook, Instagram, Twitter, Canales de noticias públicos, Periódicos digitales	Debido a la priorización, se opta por Canales de noticias públicos, periódicos digitales. A la par de publicaciones en redes sociales
Tareas:			
<i>Crear un equipo</i>	<i>Opciones de mercado</i>	<i>Elegir patrocinadores</i>	<i>Validar posicionamiento de marca</i>
Considerando medicos, epidemiólogos, autoridades seguridad, de gestión y traslado, etc	Para personas de la 3ra edad y atención prioritaria, distinguir opciones que motiven a los ciudadanos para adquirir la vacuna	Empresas farmacéuticas y del sector salud, de logística y seguridad, instituciones y org's públicas	A través de comentarios en redes sociales y publicaciones de noticias sobre la campaña de vacunación
	<i>Determinar el proceso de</i>		
	En dispositivos móviles y páginas web a través de apps móviles y promociones pagadas		
Resultados:			
	<i>Descubrir las oportunidades de mercado</i>		<i>Determinar cómo medir los resultados</i>
	Adición de ciudadanos de la 3ra edad y grupos de atención prioritaria al acceso de los recursos digitales		A partir de % de personas vacunadas, el # de interacciones por publicación diaria y el # de registros de ciudadanos