

# Reporte Sprint 3

Lopez Martinez Sergio Demis

## Prompt Engineering

*Crea scripts de conversación para la planeación del rediseño de la imagen del club y la imagen de la mascota, con plataformas de modelos generativos de acuerdo con las preferencias de audiencias de béisbol tradicionales y modernos.*

### 1. Texto-a-Texto.

**Crea un programa de re-diseño de la imagen de la marca que incluya:**

- *Las características de las audiencias asociadas a la visión tradicional (relativa a audiencias mayores, que frecuentan medios de información como periódicos, radio y televisión) y moderna (orientada a temas juveniles, como las redes sociales de Tik Tok o Instagram).*

## **Template para el Análisis de Audiencias Tradicionales**

### **Instrucciones:**

Actúa como un experto en análisis de audiencias deportivas especializado en identificar y describir las características de las audiencias mayores que consumen medios de información tradicionales. Realiza un análisis detallado de las características de la audiencia asociada a la visión tradicional, enfocándote en sus hábitos de consumo de medios, preferencias y comportamientos.

### **Contexto:**

El enfoque está en audiencias tradicionales, aquellas que tienen patrones de consumo orientados hacia medios más establecidos como la televisión, la radio y los periódicos. La audiencia objeto de estudio proviene de regiones suburbanas y rurales, y posee características demográficas y económicas específicas que condicionan sus preferencias y hábitos de consumo mediático.

### **Tareas:**

1. Analizar las características demográficas clave, incluyendo la edad promedio, distribución de género, ubicación geográfica y nivel educativo.
2. Describir las características económicas, con un énfasis en los ingresos promedio, ocupaciones predominantes y el poder adquisitivo de la audiencia.
3. Identificar los principales hábitos de consumo de medios, tales como los medios preferidos (ej. periódicos, radio, televisión), la frecuencia de consumo y el tipo de contenido consumido.
4. Explorar los intereses deportivos y el nivel de participación en actividades comunitarias, así como el uso de tecnología en su día a día.

### **Otras consideraciones:**

El análisis debe enfocarse en cómo estos factores influyen las decisiones de marketing y las estrategias de comunicación dirigidas a esta audiencia. Se espera que identifiques oportunidades para conectar mejor con estos consumidores tradicionales a través de canales más relevantes.

## Información particular a considerar:

### 1. Características Demográficas:

- Edad promedio: {edad\_promedio}
- Género: {distribucion\_genero}
- Ubicación geográfica: {ubicacion\_geografica}
- Nivel educativo: {nivel\_educativo}

### 2. Características Económicas:

- Ingresos promedio: {ingresos\_promedio}
- Ocupaciones predominantes: {ocupaciones\_predominantes}
- Poder adquisitivo: {poder\_adquisitivo}

### 3. Hábitos de Consumo de Medios:

- Medios preferidos: {medios\_preferidos} (ej. periódicos, radio, televisión)
- Frecuencia de consumo: {frecuencia\_consumo}
- Tipo de contenido consumido: {tipo\_contenido}

### 4. Intereses y Comportamientos:

- Intereses deportivos: {intereses\_deportivos}
- Participación en actividades comunitarias: {participacion\_comunitaria}
- Uso de tecnología: {uso\_tecnologia}

# Template para el Análisis de Audiencias Modernas

## Instrucciones:

Actúa como un experto en análisis de audiencias deportivas, especializado en identificar y describir las características de las audiencias jóvenes que consumen medios digitales. Realiza un análisis detallado de las características de la audiencia asociada a la visión moderna, enfocándote en sus hábitos de consumo de medios digitales, preferencias y comportamientos.

## Contexto:

El enfoque está en las audiencias modernas que consumen contenidos a través de medios digitales y redes sociales. Estas audiencias son generalmente jóvenes, urbanas y tecnológicamente conectadas, lo que define sus hábitos de consumo mediático y preferencias de contenido. Se espera que exploren múltiples plataformas digitales para sus actividades cotidianas, incluidos deportes, entretenimiento y redes sociales.

## Tareas:

1. Analizar las características demográficas clave, incluyendo la edad promedio, distribución de género, ubicación geográfica y nivel educativo.
2. Describir las características económicas, con un énfasis en los ingresos promedio, ocupaciones predominantes y el poder adquisitivo de esta audiencia.
3. Identificar los hábitos de consumo de medios digitales, tales como las plataformas preferidas (ej. TikTok, Instagram, YouTube), la frecuencia de consumo y el tipo de contenido consumido.
4. Explorar los intereses deportivos, la participación en eventos o actividades y la interacción en redes sociales.

## Otras consideraciones:

El análisis debe enfocarse en cómo estas características influyen en las estrategias de marketing digital y la creación de contenido personalizado para captar la atención de esta audiencia moderna. Se espera que identifiques tendencias y oportunidades para aumentar el engagement con este grupo.

## **Información particular a considerar:**

### **1. Características Demográficas:**

- Edad promedio: {edad\_promedio}
- Género: {distribucion\_genero}
- Ubicación geográfica: {ubicacion\_geografica}
- Nivel educativo: {nivel\_educativo}

### **2. Características Económicas:**

- Ingresos promedio: {ingresos\_promedio}
- Ocupaciones predominantes: {ocupaciones\_predominantes}
- Poder adquisitivo: {poder\_adquisitivo}

### **3. Hábitos de Consumo de Medios:**

- Plataformas preferidas: {plataformas\_preferidas} (ej. TikTok, Instagram, YouTube)
- Frecuencia de consumo: {frecuencia\_consumo}
- Tipo de contenido consumido: {tipo\_contenido}

### **4. Intereses y Comportamientos:**

- Intereses deportivos: {intereses\_deportivos}
- Participación en eventos o actividades: {participacion\_eventos}

- Interacción en redes sociales: Debido al cambio constante información de los usuarios se utiliza el formato anterior a modo de poder variar los parámetros con los que A continuación, se presenta un ejemplo de los posibles parámetros para los templates previamente descritos.

### Audiencias Tradicionales

Parámetro	Descripción
edad_promedio	42 años (aproximadamente, con un 55% entre 35 y 50 años y 30% entre 50 y 65 años)
distribucion_genero	60% hombres, 40% mujeres
ubicacion_geografica	Áreas suburbanas y rurales cercanas al estadio
nivel_educativo	Varía, pero incluye profesionales con educación universitaria, principalmente en sectores estables como manufactura, servicios y educación.
ingresos_promedio	Entre \$50,000 y \$80,000 anuales
ocupaciones_predominantes	Profesionales en manufactura, servicios y educación
poder_adquisitivo	Fuerte poder adquisitivo; invierten en entradas de temporada y productos oficiales
Medios_preferidas	Periódicos, radio y televisión
frecuencia_consumo	Consumo regular, con una preferencia por las actualizaciones a través de medios tradicionales
tipo_contenido	Noticias deportivas, reportes de juegos, programas de análisis y cobertura de eventos locales
intereses_deportivos	Béisbol, fútbol americano y baloncesto
participacion_eventos	Alta participación en eventos comunitarios y actividades deportivas locales
interaccion_redes	Uso limitado de tecnología; prefieren interacciones cara a cara, aunque algunos usan Facebook y Twitter para seguir noticias del equipo

## Audiencias Modernas

Parámetro	Descripción
edad_promedio	26 años (con un 40% entre 18 y 25 años y 35% entre 26 y 35 años)
distribucion_genero	50% hombres, 50% mujeres
ubicacion_geografica	Áreas urbanas y suburbanas cercanas a universidades y zonas metropolitanas
nivel_educativo	60% con estudios universitarios (en curso o finalizados); 20% con educación secundaria
ingresos_promedio	Entre \$30,000 y \$55,000 anuales
ocupaciones_predominantes	Trabajadores jóvenes en tecnología, retail, marketing y estudiantes universitarios
poder_adquisitivo	Limitado, con gasto en experiencias digitales, merchandising en línea y eventos especiales en el estadio
Medios_preferidas	Redes sociales como Instagram, TikTok y Twitter
frecuencia_consumo	Alto consumo de contenido en tiempo real y plataformas digitales
tipo_contenido	Contenido multimedia relacionado con el equipo, cultura pop y entretenimiento
intereses_deportivos	Béisbol, deportes emergentes como fútbol y eSports, además de cultura pop y música
participacion_eventos	Prefieren eventos innovadores e interactivas como meet-and-greets con jugadores y activaciones de marca en redes sociales
interaccion_redes	Altamente dependientes de la tecnología, prefiriendo experiencias digitales e interactivas

## **Resultados**

Las audiencias mayores que consumen medios tradicionales tienen características claramente definidas en cuanto a sus preferencias y hábitos de consumo, que se vinculan a su contexto demográfico, económico y social.

### **Demográficas**

Esta audiencia tiene una edad promedio de 42 años, con una concentración significativa de personas entre los 35 y 65 años. Predominan los hombres (60%) frente a las mujeres (40%), lo que sugiere que este grupo tradicional tiene un vínculo histórico más fuerte con los deportes, especialmente aquellos con una larga trayectoria como el béisbol y el fútbol americano. La mayoría reside en áreas suburbanas y rurales cercanas al estadio, lo que facilita su asistencia a eventos en persona.

### **Económicas**

Con ingresos anuales entre \$50,000 y \$80,000, este grupo disfruta de estabilidad económica. Son profesionales que trabajan en sectores como manufactura, servicios y educación, sectores que tienden a ofrecer una base económica sólida y estable a lo largo del tiempo. Este poder adquisitivo les permite invertir en boletos de temporada y productos oficiales del equipo, demostrando una alta lealtad hacia su club deportivo y un interés en apoyar al equipo de manera sostenida.

### **Hábitos de Consumo de Medios**

Prefieren medios de comunicación tradicionales como periódicos, radio y televisión para mantenerse al tanto de los deportes. Su consumo de medios es regular, centrándose en los horarios de noticias deportivas, reportes de juegos y programas de análisis, y suelen consumir actualizaciones a través de medios locales. La televisión sigue siendo su principal fuente de entretenimiento y de información deportiva en tiempo real, mientras que los periódicos y la radio complementan esta dieta mediática con análisis y comentarios. Este grupo también aprecia las coberturas de eventos locales que les conectan con su comunidad.

### **Intereses y Comportamientos**

En términos de deportes, esta audiencia se interesa principalmente en el béisbol, el fútbol americano y el baloncesto. Además, suelen participar activamente en eventos comunitarios y en actividades deportivas locales, lo que refuerza su sentido de pertenencia tanto al equipo como a su entorno social. Aunque su uso de la tecnología es limitado, aquellos que la utilizan prefieren redes sociales como Facebook y Twitter, donde siguen cuentas oficiales del equipo para estar informados, aunque es más común que busquen interacciones cara a cara.

### **Resumen de Comportamientos y Preferencias**

- **Medios preferidos:** TV, radio, periódicos.



- **Frecuencia:** Diaria o semanal, con preferencia por actualizaciones deportivas locales.
- **Interacciones:** Prefieren encuentros en persona y la comunidad física, aunque algunos usan redes sociales de manera pasiva.
- **Lealtad:** Alta, reflejada en la compra de entradas de temporada y productos oficiales.

Este análisis muestra que las audiencias mayores mantienen un fuerte lazo con sus equipos deportivos a través de canales tradicionales, participando activamente en su comunidad local y manteniendo un enfoque en medios que les permiten acceder a contenido relevante sin la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías.

La audiencia joven, con una edad promedio de 26 años, está profundamente integrada en el ecosistema digital, lo que define sus hábitos de consumo y preferencias. Aquí te ofrezco un análisis detallado:

### 1. Características Demográficas

- **Edad:** Predominan los jóvenes de entre 18 y 35 años, con un fuerte núcleo en el rango de 18 a 25 años.
- **Género:** Existe una paridad de género notable, con un 50% de hombres y 50% de mujeres, lo que subraya la importancia de generar contenido inclusivo.
- **Ubicación:** Tienden a vivir en áreas urbanas y suburbanas, cercanas a universidades y zonas metropolitanas, lo que facilita su acceso a eventos y actividades de carácter local o regional.
- **Nivel educativo:** La mayoría está en proceso o ha completado estudios universitarios, reflejando una audiencia educada con acceso a múltiples fuentes de información.

### 2. Características Económicas

- **Ingresos:** Los ingresos de este grupo varían entre \$30,000 y \$55,000 anuales, lo que limita su capacidad de gasto en bienes de lujo, pero no en experiencias digitales y eventos relacionados con el entretenimiento y los deportes.
- **Ocupaciones:** Jóvenes trabajadores en sectores como tecnología, retail, marketing, además de estudiantes universitarios, lo que influye en sus horarios de consumo de medios, frecuentemente orientados a momentos de pausa o fuera del horario laboral.
- **Gasto:** Prefieren gastar en experiencias, tanto digitales como en vivo. Esto incluye merchandising en línea, eventos en el estadio o actividades exclusivas.

### 3. Hábitos de Consumo de Medios Digitales

- **Plataformas preferidas:** Instagram, TikTok, YouTube y Twitter son las plataformas de elección. TikTok es fundamental para la viralización de contenido breve y creativo, mientras que Instagram destaca por su enfoque en imágenes y videos atractivos.
- **Frecuencia de consumo:** Son consumidores de contenido en tiempo real, siempre conectados y buscando estar al tanto de las últimas tendencias, ya sea a través de transmisiones en vivo, stories o publicaciones de alta frecuencia.
- **Tipo de contenido:** Buscan contenido visual y multimedia, con una fuerte inclinación hacia clips cortos y llamativos, contenido detrás de cámaras, videos de entretenimiento relacionados con el equipo, entrevistas con jugadores y referencias a la cultura pop.

#### 4. Intereses y Comportamientos

- **Deportes:** Además de seguir béisbol, su interés se extiende a deportes emergentes como el fútbol y eSports, que son vistos como más accesibles y relevantes culturalmente para esta generación.
- **Participación en eventos:** Prefieren eventos interactivos, como meet-and-greets con jugadores, experiencias de realidad aumentada o virtual y activaciones innovadoras en redes sociales, donde pueden interactuar directamente con sus ídolos o con la marca del equipo.
- **Interacción en redes sociales:** Altamente dependientes de la tecnología, se involucran activamente en la creación y compartición de contenido. Son propensos a usar hashtags, compartir memes y participar en retos virales, lo que convierte a las redes sociales en una plataforma fundamental para su conexión con los equipos deportivos.

#### 5. Conclusión

Esta audiencia moderna prioriza las experiencias sobre la posesión de bienes, buscando una conexión auténtica con los equipos a través de medios digitales. Su interacción en tiempo real, la inclinación hacia el contenido visual y su deseo de participar en experiencias innovadoras son clave para captar su atención y mantener su lealtad hacia el equipo. Las estrategias de marketing deben estar centradas en la creación de contenido atractivo, dinámico y participativo, aprovechando las plataformas sociales y el deseo de esta audiencia de formar parte de comunidades digitales vibrantes y activas.

- *Una lista de acciones a desarrollar en cada mes y durante el transcurso del año para posicionar al club a través de los medios de comunicación.*

## **Prompt Template para el Programa de Posicionamiento del Club**

### **Instrucciones:**

Actúa como un experto en marketing deportivo y elabora un programa mensual para el club de béisbol Osos de Montana. El programa debe incluir acciones concretas a desarrollar durante el mes del año proporcionado, así como los mensajes que se comunicarán a las audiencias a través de los medios de comunicación.

### **Contexto:**

El objetivo es crear un programa de posicionamiento que fortalezca la presencia del club en la comunidad y genere un mayor engagement con las audiencias. Los mensajes deben ser positivos y alinearse con la imagen del equipo y su mascota, Monty.

### **Tareas:**

1. Diseñar un programa mensual que incluya las acciones a desarrollar, el tipo de mensajes y los medios de comunicación adecuados para cada tipo de audiencia.
2. Asegúrate de que los mensajes no toquen temas que el club no quiere mencionar, como comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes.
3. Todos los anuncios deben estar relacionados con la mascota del equipo, Monty.
4. Identifica los medios que son frecuentados por cada tipo de audiencia, considerando las características sociodemográficas de la audiencia.

### **Datos a Incluir:**

- Mes: {mes}
- Acciones a Desarrollar: {acciones\_desarrollo}
- Tipo de Mensajes: {tipo\_mensajes}
- Medios de Comunicación: {medios\_comunicacion}
- Audiencia Objetivo: {audiencia\_objetivo}

### **Ejemplo de Respuesta:**

- Mes: Enero
- Acciones a Desarrollar: Lanzamiento de campaña en redes sociales.
- Tipo de Mensajes: "Únete a la familia de los Osos, donde la diversión nunca se detiene."
- Medios de Comunicación: Facebook, Instagram.

- Audiencia Objetivo: Audiencia Moderna.

### Información Adicional:

{info\_adicional} (Información obtenida sobre las audiencias).

## Resultados

Mes	Acciones a Desarrollar (Audiencia Tradicional)	Tipo de Mensajes (Audiencia Tradicional)	Medios de Comunicación (Audiencia Tradicional)	Acciones a Desarrollar (Audiencia Moderna)	Tipo de Mensajes (Audiencia Moderna)	Medios de Comunicación (Audiencia Moderna)
Enero	Anuncio de inicio de temporada en periódicos locales	"La tradición continúa: Apoya a los Osos este año en el estadio."	Periódicos, Radio	Lanzamiento de campaña en redes sociales	"Únete a la familia de los Osos, donde la diversión nunca se detiene."	Instagram, TikTok
Febrero	Publicidad en radio y TV sobre la venta de boletos	"Asegura tus boletos para una temporada inolvidable."	Radio, TV local	Colaboraciones con influencers deportivos juveniles	"Experiencias exclusivas y contenido digital solo para verdaderos fans."	YouTube, Twitch
Marzo	Anuncio en periódicos sobre eventos familiares en el estadio	"Disfruta de un día en familia con los Osos de Montana."	Periódicos, Radio	Sorteos de boletos en redes sociales y plataformas digitales	"Gana entradas exclusivas para ver a los Osos en vivo. ¡No te lo pierdas!"	Twitter, Instagram
Abril	Anuncios en TV y radio sobre promociones familiares	"Diversión para toda la familia en el estadio de los Osos."	TV local, Radio	Campaña interactiva con desafíos en redes sociales	"Participa en nuestros desafíos para ganar mercancía oficial de los Osos."	Instagram, TikTok

Mes	Acciones a Desarrollar (Audiencia Tradicional)	Tipo de Mensajes (Audiencia Tradicional)	Medios de Comunicación (Audiencia Tradicional)	Acciones a Desarrollar (Audiencia Moderna)	Tipo de Mensajes (Audiencia Moderna)	Medios de Comunicación (Audiencia Moderna)
Mayo	Publicidad en revistas locales sobre la historia del equipo	"Los Osos de Montana: Una tradición que perdura."	Revistas locales, Radio	Eventos en línea con jugadores y fans jóvenes	"Conoce a tus jugadores favoritos en nuestras sesiones en vivo."	YouTube, Twitch
Junio	Campaña en TV sobre eventos y actividades locales	"Sigue a los Osos durante todo el verano con actividades para todos."	TV local, Periódicos	Contenido multimedia exclusivo en redes sociales	"Disfruta de contenido exclusivo detrás de cámaras y en el estadio."	Instagram, YouTube
Julio	Publicidad en radio sobre eventos familiares durante el verano	"Este verano, vive el béisbol en familia con los Osos."	Radio, Periódicos	Activaciones digitales con influencers locales	"Vive la experiencia del verano con los Osos: diversión garantizada."	TikTok, Instagram
Agosto	Anuncios en radio sobre torneos locales organizados por el club	"Participa en los torneos de verano organizados por los Osos."	Radio local, TV	Colaboraciones con creadores de contenido deportivos	"Forma parte del equipo con nuestras colaboraciones especiales."	YouTube, TikTok
Septiembre	Promociones en periódicos sobre eventos de	"No te pierdas el final de temporada con los	Periódicos, Radio	Sorteos digitales de entradas para los	"Gana entradas VIP para el cierre de	Instagram, TikTok

Mes	Acciones a Desarrollar (Audiencia Tradicional)	Tipo de Mensajes (Audiencia Tradicional)	Medios de Comunicación (Audiencia Tradicional)	Acciones a Desarrollar (Audiencia Moderna)	Tipo de Mensajes (Audiencia Moderna)	Medios de Comunicación (Audiencia Moderna)
	cierre de temporada	Osos de Montana."		partidos finales	temporada de los Osos."	
Octubre	Publicidad en revistas sobre la historia y legado del equipo	"Los Osos de Montana: Leyendas en el campo."	Revistas locales, Radio	Evento en vivo en redes con resúmenes de la temporada	"Revive los mejores momentos de la temporada de los Osos en nuestras redes."	YouTube, Instagram
Noviembre	Publicidad en TV y radio sobre las promociones de merchandising	"Prepara tus regalos de fin de año con los productos oficiales de los Osos."	TV local, Radio	Campaña de fin de año con promociones exclusivas en línea	"Promociones especiales para fans online: ¡aprovecha esta oferta única!"	Instagram, Twitter
Diciembre	Anuncios en periódicos y TV sobre eventos navideños	"Celebra la Navidad con los Osos en nuestro evento familiar especial."	Periódicos, TV local	Campaña digital navideña con sorteos de mercancía	"Regala la magia de los Osos esta Navidad con nuestros productos exclusivos."	Instagram, TikTok

# **Plan Anual para Audiencias Tradicionales.**

## **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Enero**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con la audiencia tradicional.

**Mensajes Clave:** Tradición, Comunidad, Familiar, Monty la mascota.

### **Enero - ¡La Temporada Está a la Vuelta de la Esquina!**

**Audiencia:** Tradicional (mayores de 42 años, residentes en áreas suburbanas y rurales cercanas al estadio).

#### **Acciones a Desarrollar:**

- **Anuncio de inicio de temporada en periódicos locales:**
  - **Mensaje:** "¡Prepárense para el rugido! La tradición de los Osos de Montana continúa este año. ¡Únete a Monty y a todo el equipo en el estadio para una temporada llena de emoción!"
  - **Diseño:** Un anuncio a página completa con una imagen de Monty y los jugadores, incluyendo el logo del equipo y la fecha de inicio de la temporada.
- **Campaña de radio local:**
  - **Mensaje:** "Los Osos están de regreso y Monty está listo para hacer rugir al estadio. ¡Escucha la transmisión en vivo de todos los juegos y únete a la familia de los Osos! "
  - **Formato:** Anuncios de 30 segundos con música alegre y el sonido de las porras y la multitud, incluyendo la frase "Osos de Montana - ¡Lo mejor del béisbol!"
- **Concurso en periódicos:**
  - **Mensaje:** "Monty quiere saber, ¿cuál es tu mejor recuerdo como fan de los Osos?"
  - **Formato:** Un concurso con un premio para el mejor relato enviado por los lectores, publicado en la sección de deportes del periódico.
- **Eventos locales:**
  - **Mensaje:** "Monty visita la comunidad"
  - **Formato:** Monty participa en eventos comunitarios como ferias locales, eventos de recaudación de fondos, y visitas a escuelas.
- **Publicación en redes sociales:**

- **Mensaje:** "Recuerda que puedes seguirnos en Facebook y Twitter para mantenerte actualizado con las últimas noticias de los Osos, fotos y videos."
- **Formato:** Publicaciones con fotos de Monty y los jugadores, videos de la temporada pasada y mensajes que inviten a la comunidad a unirse a las redes sociales del equipo.

#### **Medios de Comunicación:**

- **Periódicos:** Anuncios a página completa, concursos y comunicados de prensa.
- **Radio:** Anuncios de 30 segundos durante los programas de deportes locales.
- **Televisión:** Publicidad en programas locales de deportes.
- **Redes Sociales:** Facebook y Twitter.

#### **Consideraciones:**

- **Tonos de los mensajes:** Los mensajes deben ser positivos, inspiradores y familiares.
- **Imágenes:** Utilizar imágenes de Monty, los jugadores, el estadio y las porras para generar un sentido de comunidad y emoción.
- **Involucrar a los fanáticos:** Promover concursos, juegos en línea y eventos para que los fans participen activamente.
- **Publicidad en medios locales:** Enfocarse en medios que son populares entre la audiencia tradicional en el área.
- **Conexiones con la comunidad:** Utilizar eventos comunitarios para fortalecer el vínculo entre los Osos y la comunidad.

#### **Evaluación:**

- **Seguimiento de las métricas:** Analizar el alcance de los anuncios, la participación en las redes sociales y el éxito de los eventos comunitarios.
- **Retroalimentación de la audiencia:** Realizar encuestas y grupos de enfoque para comprender mejor las preferencias de la audiencia tradicional.

#### **Conclusión:**

Este programa mensual tiene como objetivo fortalecer la conexión de los Osos de Montana con su audiencia tradicional, promoviendo un sentido de comunidad, tradición y emoción. Al utilizar mensajes positivos, imágenes familiares y eventos comunitarios, el programa busca generar un mayor engagement con la audiencia tradicional, asegurando su lealtad y apoyo continuo al equipo.

#### **Programa Mensual para los Osos de Montana - Febrero**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias tradicionales.



**Mensajes Clave:** "Únete a la manada de los Osos para una temporada llena de emoción y diversión. ¡Monty te espera!"

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (mayores de 42 años)

**Acciones a Desarrollar:**

### 1. Campaña de Publicidad en Radio y TV:

- **Fechas:** Durante todo el mes de febrero.
- **Medios:** Estaciones de radio y canales de televisión locales con alta audiencia en el rango de edad objetivo.
- **Mensajes:**
  - "Asegura tus boletos para una temporada inolvidable con los Osos de Montana. ¡Monty te espera con muchas sorpresas!"
  - "Disfruta de la emoción del béisbol con tu familia y amigos en el estadio. ¡Compra tus boletos ahora!"
  - "Sé parte de la manada de los Osos y apoya al equipo local. ¡Monty te espera!"
- **Formato:**
  - Spots de radio de 30 segundos con música alegre y la voz de Monty.
  - Comerciales de televisión de 15 segundos con imágenes de los Osos jugando y Monty interactuando con los fans.
- **Llamada a la acción:** Visita la página web o llama al número de teléfono para comprar tus boletos.

### 2. Promoción en Periódicos Locales:

- **Fechas:** Primeras dos semanas de febrero.
- **Medios:** Periódicos locales con alta penetración en el área donde reside la audiencia tradicional.
- **Mensajes:**
  - "Los Osos de Montana regresan para una temporada llena de acción. ¡Monty te espera con grandes sorpresas!"
  - "Conoce al equipo y celebra el inicio de la temporada con los Osos de Montana. ¡Compra tus boletos ahora!"
- **Formato:** Anuncios de página completa o media página con imágenes de los Osos y Monty. Se puede incluir información sobre los precios de los boletos y los beneficios de ser miembro del club de fans.

### 3. Encuentro con Monty en Eventos Comunitarios:

- **Fechas:** Fin de semana del 18 de febrero.

- **Medios:** Eventos comunitarios locales como ferias, festivales o eventos deportivos.
- **Mensajes:**
  - "Conoce a Monty en persona y diviértete con la familia Osos de Montana."
  - "Aprovecha la oportunidad de tomarte una foto con Monty y llevarte un recuerdo del equipo."
- **Formato:** Monty estará disponible para fotos y autógrafos. También se puede organizar una sesión de preguntas y respuestas para que los fans interactúen con él.

#### 4. Concurso de Predicción de Jugadas en la Radio:

- **Fechas:** Durante todo el mes de febrero.
- **Medios:** Estaciones de radio locales.
- **Mensajes:**
  - "Participa en nuestro concurso de predicción de jugadas y gana increíbles premios. ¡Monty te espera!"
  - "Ponte a prueba con las preguntas de Monty y gana entradas para el primer partido de la temporada."
- **Formato:** Durante los programas deportivos de radio, se lanzarán preguntas sobre las estadísticas del equipo, la trayectoria del equipo o sobre Monty mismo. Los participantes podrán llamar al programa para enviar sus respuestas y participar en un sorteo semanal.

#### Medios de Comunicación:

- **Radio:** Estaciones de radio locales.
- **Televisión:** Canales de televisión locales.
- **Periódicos:** Periódicos locales con alta penetración en la audiencia tradicional.
- **Redes sociales:** Facebook, Twitter (con enfoque en contenido visual y actualizaciones sobre los eventos).

#### Consideraciones:

- Se debe evitar hablar sobre comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes para no generar mensajes negativos.
- El enfoque debe estar en la comunidad, la diversión y la experiencia familiar que ofrece el equipo de los Osos de Montana.
- Se debe utilizar el lenguaje familiar y positivo, incluyendo referencias a Monty para crear un ambiente cálido y amigable.

**Evaluación:**

Se deben monitorear las métricas de las campañas (cantidad de clics en los enlaces, participación en las redes sociales, aumento de la venta de boletos) para evaluar el éxito del programa y hacer ajustes según sea necesario.

**Conclusión:**

Este programa mensual está diseñado para conectar con la audiencia tradicional de los Osos de Montana a través de medios que les son familiares y generar una mayor participación en la comunidad. Al utilizar el personaje de Monty como punto focal y mensajes positivos, se espera crear una experiencia memorable y fortalecer la presencia del equipo.

**Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Marzo**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias.

**Mes:** Marzo

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (mayores de 42 años)

**Mensaje General:** "¡Los Osos de Montana están listos para rugir en la nueva temporada! ¡Únete a la diversión y disfruta de un día familiar en el estadio con Monty!"

**Acciones a Desarrollar:**

- **Anuncio en periódicos locales:**

- **Mensaje:** "¡Día de la Familia con los Osos de Montana! ¡Disfruta de un día de béisbol, entretenimiento familiar y la compañía de Monty!"
- **Incluye:** Información sobre precios especiales para familias, actividades para niños, concursos y la posibilidad de conocer a Monty.
- **Medios:** Periódicos locales con mayor alcance en áreas suburbanas y rurales.

- **Anuncios de radio:**

- **Mensaje:** "¡Los Osos de Montana están de regreso! ¡Únete a nosotros para una temporada llena de acción, emoción y momentos inolvidables con Monty!"
- **Incluye:** Horarios de los juegos, información sobre boletos, promociones especiales y recordatorios sobre el día de la familia.
- **Medios:** Estaciones de radio locales con programación enfocada en deportes y noticias locales.

- **Campaña de correo directo:**

- **Mensaje:** "¡Prepárate para la temporada de los Osos de Montana! ¡Recibe ofertas especiales y descuentos para disfrutar de los juegos con tu familia!"
- **Incluye:** Cupones para boletos, ofertas de comida y bebidas, y promociones especiales para familias.
- **Medios:** Mailing list de los fanáticos del equipo, empresas locales y asociaciones de vecinos.
- **Eventos en el estadio:**
  - **Acciones:** Días de promoción familiar con juegos, concursos, rifas, y oportunidades de fotos con Monty.
  - **Mensaje:** "¡Diviértete en familia con los Osos de Montana!"
  - **Medios:** Anuncios dentro del estadio, carteles, panfletos y personal interactuando con la audiencia.
- **Redes sociales:**
  - **Mensaje:** "¡Mantente al tanto de las noticias de los Osos de Montana, Monty y toda la acción de la temporada! ¡Únete a la conversación!"
  - **Incluye:** Publicaciones con fotos y videos de Monty, información sobre eventos, juegos, concursos, y la participación de los fanáticos.
  - **Medios:** Facebook, Twitter, con contenido específico para este grupo de edad.

#### **Recomendaciones adicionales:**

- Incluir en los anuncios imágenes de Monty, la mascota del equipo, para aumentar el reconocimiento y la conexión con la audiencia.
- Utilizar un lenguaje sencillo y familiar que resuene con la audiencia tradicional.
- Enfatizar el valor familiar y la diversión en los mensajes.
- Fomentar la participación de los fanáticos a través de concursos y promociones especiales.

#### **Recuerda:**

- Adaptar los mensajes y la información a los medios específicos utilizados.
- Monitorizar el éxito de las campañas y ajustar las estrategias según sea necesario.
- Mantener un tono positivo y enfocado en el equipo y su mascota, Monty.

Este programa está diseñado para llegar a la audiencia tradicional de los Osos de Montana, creando un sentido de comunidad y emoción por la temporada.

## **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Abril**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias tradicionales, resaltando la diversión familiar que se vive en el estadio de los Osos.

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (mayores de 42 años)

**Mensaje Principal:** "Trae a toda la familia a disfrutar de la diversión en el estadio de los Osos, ¡con Monty el oso siempre listo para compartir la aventura!"

### **Acciones a Desarrollar:**

#### **Semana 1:**

- **Lanzamiento de la Campaña "Monty's Family Fun Day":**
  - **Anuncios en TV local:** Spots de 30 segundos durante programas de noticias y eventos deportivos locales.
  - **Anuncios en radio local:** Spots de 15 segundos durante programas de deportes y noticias en la mañana y la tarde.
  - **Mensajes:** Enfatizar la diversión familiar, las actividades especiales para niños, y la presencia de Monty en el estadio.
  - **Ejemplo de mensaje:** "¡Únete a la diversión con Monty en el estadio de los Osos! Disfruta de juegos emocionantes, actividades para niños, y un ambiente familiar único. ¡No te pierdas el "Monty's Family Fun Day"!"

#### **Semana 2:**

- **Promociones especiales en entradas:**
  - **Anuncios en TV local:** Spots de 20 segundos durante programas familiares y de entretenimiento.
  - **Anuncios en radio local:** Spots de 15 segundos durante programas de noticias y eventos deportivos locales.
  - **Mensajes:** Descuentos en boletos para familias, paquetes familiares con comida y bebidas, y promociones especiales para niños.
  - **Ejemplo de mensaje:** "¡Celebra la primavera con la familia en el estadio de los Osos! Disfruta de descuentos especiales en entradas para familias, paquetes familiares con deliciosas comidas, y un montón de diversión con Monty!"

#### **Semana 3:**

- **Concurso en redes sociales:**
  - **Publicaciones en Facebook y Twitter del equipo:** Sortear entradas familiares para un juego.

- **Mensajes:** Pedir a los seguidores que compartan sus mejores fotos familiares con la mascota Monty.
- **Ejemplo de mensaje:** "¡Comparte tu foto familiar con Monty para ganar entradas al próximo juego de los Osos! ¡Recuerda seguir nuestra página para participar!"

#### **Semana 4:**

- **"Día de la Familia con Monty":**
  - **Anuncios en TV local:** Spots de 30 segundos durante programas familiares y de entretenimiento.
  - **Anuncios en radio local:** Spots de 15 segundos durante programas de deportes y noticias en la mañana y la tarde.
  - **Mensajes:** Promocionar un día especial con actividades para niños, concursos, apariciones de Monty, y un ambiente familiar único.
  - **Ejemplo de mensaje:** "¡Prepárate para el "Día de la Familia con Monty" en el estadio de los Osos! Disfruta de un día lleno de juegos, diversión para los niños, concursos, y momentos inolvidables con Monty!"

#### **Medios de Comunicación:**

- **TV Local:** Canales locales de noticias y deportes.
- **Radio Local:** Estaciones de radio que transmiten programas de deportes, noticias y entretenimiento.
- **Facebook y Twitter del equipo:** Para interacciones con los fanáticos.

#### **Consideraciones Adicionales:**

- **Utilizar imágenes de Monty:** La mascota debe ser prominente en todos los materiales de marketing.
- **Enfatizar la diversión familiar:** Los mensajes deben centrarse en crear un ambiente agradable para todos.
- **Mantener un tono positivo:** Los mensajes no deben tocar temas negativos o hacer comparaciones con otros equipos.
- **Adaptar el lenguaje:** Usar un lenguaje sencillo y directo que sea comprensible para la audiencia tradicional.

#### **Conclusión:**

Este programa de marketing está diseñado para aumentar el engagement de la audiencia tradicional de los Osos de Montana, utilizando mensajes y medios que resuenen con sus preferencias. Enfatizando la diversión familiar, el ambiente positivo y la presencia de Monty, se busca crear un ambiente agradable y motivar la asistencia al estadio.

## **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Mayo**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias tradicionales.

**Mensajes:** Los Osos de Montana: Una tradición que perdura.

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (edades entre 35 y 65 años, ingresos medios-altos, aficionados al béisbol, residentes de áreas suburbanas y rurales cerca del estadio)

### **Medios de Comunicación:**

- **Revistas locales:**

- **Acciones:** Publicidad en revistas locales sobre la historia del equipo, incluyendo anécdotas de jugadores históricos, momentos clave de la historia del club y fotos de Monty con los fanáticos.
- **Mensaje:** "Los Osos de Montana: Una tradición que perdura."

- **Radio:**

- **Acciones:** Publicidad radial durante los horarios de mayor audiencia de noticias deportivas, incluyendo entrevistas con jugadores y staff.
- **Mensaje:** "Los Osos de Montana: Donde la pasión por el béisbol se vive con intensidad."

- **Redes sociales:**

- **Acciones:** Publicaciones con fotos antiguas de Monty y los fanáticos en juegos pasados, con mensajes cortos que recuerden la conexión del equipo con la comunidad.
- **Mensaje:** "Monty te recuerda que la familia de los Osos de Montana siempre te espera."

### **Calendario de Acciones:**

- **Semana 1:**

- Lanzamiento de la publicidad en revistas locales, enfocándose en la historia del club y su legado.
- Emitir anuncios radiales con entrevistas a jugadores del equipo sobre la importancia del apoyo de la comunidad.
- Publicaciones en Facebook e Instagram con imágenes de Monty con los fanáticos en juegos antiguos, recordando momentos clave del equipo.

- **Semana 2:**

- Publicidad en revistas locales destacando las nuevas incorporaciones al equipo y sus historias personales.

- Emisión de anuncios radiales promocionando el próximo juego en casa, con información sobre eventos especiales para las familias.
- Publicaciones en redes sociales mostrando a Monty interactuando con los fanáticos durante los entrenamientos, con mensajes que inviten a la asistencia al próximo juego.

- **Semana 3:**

- Publicidad en revistas locales con promociones especiales para fanáticos de la vieja escuela, como descuentos en entradas o souvenirs.
- Emisión de anuncios radiales con análisis de los juegos del equipo por expertos, destacando el valor histórico del club.
- Publicaciones en redes sociales con fotos de Monty con las familias que asisten a los juegos, resaltando la importancia del ambiente familiar en el equipo.

- **Semana 4:**

- Publicidad en revistas locales sobre el futuro del equipo y las expectativas para la temporada, con fotos de Monty con los jugadores más jóvenes.
- Emisión de anuncios radiales promocionando el Día del Fanático, con actividades especiales para celebrar la pasión por el béisbol.
- Publicaciones en redes sociales con mensajes de agradecimiento a los fanáticos por su apoyo, recordando la importancia de la comunidad para el equipo.

**Recuerda:**

- Es importante que el programa sea coherente con la imagen del equipo y su mascota Monty.
- Se debe evitar mencionar temas que el club no quiere mencionar, como comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes.
- Los mensajes deben ser positivos y enfocados en la conexión entre el equipo, los fanáticos y la comunidad.

**Este programa mensual es solo un ejemplo, y puede ser adaptado y modificado según las necesidades específicas del club.**

**Programa Mensual para los Osos de Montana - Junio**

**Mes:** Junio

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia tradicional.



**Mensaje Principal:** "Sigue a los Osos durante todo el verano con actividades para todos."

**Audiencia Objetivo:** Tradicional

**Acciones a Desarrollar:**

- **Campaña en TV local:**

- **Spots:**

- **"Monty y la Diversión Familiar":** Mostrar a Monty participando en actividades para toda la familia durante el verano, como picnics, juegos de jardín y eventos en la comunidad.
    - **"Osos en la Comunidad":** Presentar diferentes actividades del equipo en la comunidad, como visitas a escuelas, eventos benéficos y participación en ferias locales.
    - **"Juega con los Osos":** Promocionar los juegos del equipo y las diferentes experiencias que se pueden disfrutar durante los mismos, como concursos, premios, y la oportunidad de interactuar con Monty.

- **Frecuencia:** Dos spots por semana durante todo el mes de junio.

- **Horario:** Horarios de alta audiencia en canales locales, incluyendo los fines de semana.

- **Anuncios en Periódicos Locales:**

- **Diseño:** Imágenes de Monty con mensajes que destaquen los eventos y actividades del equipo durante el verano.

- **Contenidos:**

- **Calendarios de Eventos:** Mostrar los eventos locales, juegos y actividades del equipo.
    - **Promociones especiales:** Descuentos en boletos y productos oficiales del equipo.
    - **Noticias del equipo:** Actualizaciones sobre el equipo, jugadores, noticias del equipo y próximas actividades.

- **Frecuencia:** Anuncios en la sección de deportes y en la página local del periódico durante todo el mes de junio.

- **Publicaciones en Facebook:**

- **Formato:** Imágenes de Monty y los Osos en las actividades del mes, acompañadas de mensajes cortos y positivos.

- **Contenido:**

- **"Únete a la diversión con Monty":** Promoción de eventos familiares, juegos y actividades.
- **"Los Osos apoyan a la comunidad":** Destaca la participación del equipo en actividades locales, eventos benéficos y visitas a escuelas.
- **"Sé parte de la manada":** Promociona las opciones de membresías del club y la compra de productos oficiales.
- **Frecuencia:** Dos publicaciones a la semana, incluyendo fines de semana.
- **Colaboraciones con medios locales:**
  - **Entrevistas radiofónicas:** Invitar a jugadores y al equipo de marketing a participar en entrevistas en programas deportivos de radio local.
  - **Coberturas en periódicos locales:** Ofrecer al periódico información relevante sobre el equipo, eventos y actividades.
  - **Eventos especiales:** Invitar a la prensa local a los eventos que el equipo organice.
- **Eventos Comunitarios:**
  - **"Día Familiar con Monty":** Organizar un evento en un parque local con actividades para niños, juegos, stands de comida y la presencia de Monty.
  - **"Fiesta de verano con los Osos":** Organizar una fiesta con música en vivo, juegos, comida y bebidas para los fanáticos del equipo.
  - **"Día de la Comunidad":** Involucrar al equipo en un evento comunitario para apoyar a una causa social, como la limpieza de un parque local o la recolección de alimentos para un banco de comida.

#### **Mensajes Clave:**

- **Familiaridad y Diversión:** Enfatizar la imagen familiar y divertida del equipo, centrándose en las actividades para todas las edades.
- **Conexión Comunitaria:** Destaca la participación del equipo en la comunidad y el apoyo a causas sociales.
- **Lealtad y Apoyo:** Promocionar la membresía del club, la compra de productos oficiales y la asistencia a los juegos.
- **Presencia de Monty:** Utilizar a Monty como la imagen principal de la campaña para generar un sentido de pertenencia y conexión con el equipo.

#### **Consideraciones:**

- **Enfoque positivo:** Evitar la comparación con otros deportes o la falta de campeonatos recientes.

- **Adaptación a la audiencia:** Asegurar que los mensajes y el lenguaje se adapten a los gustos de la audiencia tradicional.
- **Información clara y precisa:** Ofrecer información precisa sobre los eventos, juegos y actividades del equipo.

### **Conclusión:**

Con un programa enfocado en la conexión con la comunidad, la diversión familiar y la presencia de Monty, los Osos de Montana podrán fortalecer su presencia en la comunidad tradicional y generar mayor engagement durante el mes de junio.

### **Programa Mensual para los Osos de Montana - Julio**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia tradicional.

**Mensajes clave:** Diversión familiar, experiencias inolvidables, unión con Monty, apoyo al equipo.

**Audiencia objetivo:** Tradicional

### **Acciones a Desarrollar:**

#### **Semana 1:**

- **Acción:** Publicidad en radio sobre eventos familiares durante el verano.
- **Mensaje:** "¡Este verano, vive el béisbol en familia con los Osos! Monty y el equipo te esperan para disfrutar de juegos emocionantes, actividades divertidas y recuerdos inolvidables. ¡Ven a compartir la pasión por el béisbol con tu familia!"
- **Medio de Comunicación:** Radio local, enfocada en programación familiar y deportiva.
- **Frecuencia:** 3 veces al día, durante la semana.
- **Elementos adicionales:** Utilizar un tono alegre y familiar, mencionar actividades especiales para niños como juegos de feria o concursos de pelotas, destacar la presencia de Monty.

#### **Semana 2:**

- **Acción:** Anuncio en el periódico local con un descuento para familias en las entradas.
- **Mensaje:** "¡Monty te invita a disfrutar de un día de béisbol en familia con un descuento especial! Ven a ver a los Osos jugar y crea recuerdos inolvidables junto a tus seres queridos. ¡No te pierdas esta oportunidad única para disfrutar del deporte rey en familia!"
- **Medio de Comunicación:** Periódico local, con foco en la sección de deportes y actividades familiares.

- **Frecuencia:** Anuncio de una página completa durante una semana.
- **Elementos adicionales:** Incluir una imagen de Monty con una familia disfrutando de un juego de béisbol, destacar la oferta especial en las entradas, proporcionar información sobre el calendario de juegos y la compra de entradas.

### **Semana 3:**

- **Acción:** Colaboración con una emisora de radio local para un concurso de trivia sobre los Osos de Montana.
- **Mensaje:** "¡Ponte a prueba con Monty y demuestra tu conocimiento sobre los Osos de Montana! Participa en nuestro concurso de trivia y gana increíbles premios. ¡Comparte tu pasión por el béisbol y gana la oportunidad de disfrutar de un día especial con Monty y el equipo!"
- **Medio de Comunicación:** Radio local, enfocada en programas deportivos y de entretenimiento familiar.
- **Frecuencia:** Promoción diaria durante la semana, emisión del concurso semanalmente.
- **Elementos adicionales:** Utilizar un tono divertido y dinámico, incluir preguntas sobre la historia del equipo, jugadores y la mascota Monty, premiar a los ganadores con entradas para juegos, mercancía oficial o la oportunidad de conocer a Monty.

### **Semana 4:**

- **Acción:** Publicidad en televisión local durante el programa deportivo semanal.
- **Mensaje:** "¡Comparte la pasión por el béisbol en familia con los Osos de Montana! Monty y el equipo te esperan para un verano inolvidable lleno de emociones y experiencias únicas. ¡No te pierdas un solo juego, vive la experiencia Osos!"
- **Medio de Comunicación:** Canal de televisión local, enfocado en programas de deportes.
- **Frecuencia:** Anuncio de 30 segundos antes y después del programa deportivo semanal.
- **Elementos adicionales:** Incluir imágenes de la afición disfrutando de un juego, enfatizar la atmósfera familiar y divertida, mencionar la presencia de Monty durante los juegos, animar a la audiencia a seguir las redes sociales del equipo para mantenerse al día con las novedades.

### **Consideraciones adicionales:**

- **Mantener el tono positivo y familiar en todos los mensajes.**

- **Enfatizar la experiencia completa del juego, incluyendo actividades para niños, comida, música y ambiente familiar.**
- **Resaltar la presencia de Monty en los eventos y actividades del equipo.**
- **Evitar comparaciones con otros deportes o mencionar la falta de campeonatos recientes.**
- **Utilizar imágenes y diseños atractivos que reflejen la imagen del equipo y la mascota.**
- **Monitorear la respuesta de la audiencia y ajustar las estrategias según sea necesario.**

#### **Mensaje general:**

El objetivo es crear una campaña que fomente la participación familiar en los juegos de los Osos de Montana, creando una experiencia positiva y memorable para toda la familia. Al enfocarse en la diversión familiar y la presencia de Monty, la campaña busca conectar con la audiencia tradicional, consolidar su presencia en la comunidad y aumentar la asistencia a los juegos.

#### **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Agosto**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias, especialmente la tradicional.

**Mes:** Agosto

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (mayores de 35 años, con preferencia por medios tradicionales y eventos locales)

#### **Acciones a Desarrollar:**

##### **1. Torneos de Verano con Monty:**

- Organizar un torneo de béisbol juvenil en el mes de agosto, con la participación de Monty como mascota del evento.
- **Mensaje:** "¡Únete a la diversión del verano con los Osos! Participa en el torneo de béisbol juvenil con Monty, donde podrás disfrutar de la emoción del juego y ganar increíbles premios."
- **Medios:** Anuncios en radio local (durante programas deportivos y en horario de máxima audiencia), anuncios en televisión local (durante transmisiones de juegos locales y programas de interés general) y prensa local (anuncios en periódicos impresos).
- **Activar la presencia de Monty:** Monty debería estar presente en el torneo, interactuando con los participantes y el público, realizando juegos y sorteos, y tomando fotos con los asistentes.

##### **2. Concurso de Fotos con Monty:**

- Organizar un concurso en redes sociales (Facebook, Instagram) donde los fans puedan compartir fotos de ellos con Monty durante el torneo.
- **Mensaje:** "¡Muestra tu amor por los Osos y Monty! Comparte una foto de ti con Monty durante el torneo de verano y gana increíbles premios."
- **Medios:** Publicaciones en redes sociales (Facebook, Instagram) con promoción del concurso y mensajes llamativos para aumentar la participación, incluyendo videos cortos con Monty.

### 3. "Día Familiar con Monty" en el estadio:

- Organizar un día de puertas abiertas en el estadio donde los fans puedan disfrutar de actividades para toda la familia, incluyendo juegos, concursos, la presencia de Monty y una sesión de autógrafos con los jugadores.
- **Mensaje:** "¡Vive un día inolvidable con tu familia en el estadio! Disfruta de actividades especiales, juegos, concursos y la compañía de Monty."
- **Medios:** Anuncios en radio local (durante programas de interés general), anuncios en televisión local (durante transmisiones de juegos locales y programas de interés general) y periódicos locales.

### Mensajes Clave:

- **Enfatizar la conexión con la comunidad:** Utilizar frases como "Tu equipo, tu comunidad" o "Comparte la pasión por el béisbol con los Osos de Montana".
- **Resaltar el carácter familiar de los eventos:** Promocionar las actividades como una experiencia para toda la familia, ideal para disfrutar en familia.
- **Incentivar la participación:** Ofrecer premios y beneficios a los participantes en los concursos y torneos.
- **Mantener un tono positivo y optimista:** Evitar mencionar temas que el club no quiere mencionar, como comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes.
- **Integración de Monty:** Utilizar a Monty como un elemento central de la comunicación, ya que se trata de una figura querida por la audiencia tradicional.

### Es importante:

- **Ajustar la estrategia de comunicación al tipo de medio utilizado:** Utilizar un lenguaje más formal y tradicional en los anuncios de radio y televisión, mientras que en redes sociales se puede optar por un lenguaje más informal y cercano.

- **Medir el éxito de la campaña:** Analizar las respuestas de la audiencia y la participación en los eventos para evaluar el éxito de la campaña y adaptar futuras estrategias.

**Con un enfoque en la comunidad, el entretenimiento familiar y el apoyo de Monty, los Osos de Montana pueden aumentar su presencia y generar un mayor engagement con la audiencia tradicional durante el mes de agosto.**

#### **Programa Mensual para los Osos de Montana - Septiembre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias tradicionales, manteniendo una imagen positiva y alineada con Monty, la mascota del equipo.

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (mayores de 42 años, con ingresos entre \$50,000 y \$80,000, que residen en áreas suburbanas y rurales, y son fanáticos del béisbol, fútbol americano y baloncesto).

**Medios de Comunicación:** Periódicos, Radio

#### **Acciones a Desarrollar:**

##### **Semana 1:**

- **Acción:** Anuncio en periódicos locales con una foto de Monty celebrando el final de la temporada, invitando a los fanáticos a unirse a la fiesta.
- **Mensaje:** "¡No te pierdas la fiesta de cierre de temporada con los Osos de Montana! Monty te espera para celebrar un gran año."
- **Medio:** Periódicos locales, especialmente en la sección de Deportes y en las secciones de noticias locales.

##### **Semana 2:**

- **Acción:** Promocionar en radio local una trivia sobre la temporada de los Osos, con premios para los ganadores.
- **Mensaje:** "¿Cuánto sabes sobre los Osos de Montana? ¡Participa en nuestra trivia en [Nombre de la estación de radio local] y gana increíbles premios! Monty está emocionado por verte poner a prueba tus conocimientos."
- **Medio:** Estaciones de radio locales que transmiten programas deportivos y noticias locales, con un enfoque en las horas de mayor audiencia.

##### **Semana 3:**

- **Acción:** Promocionar en periódicos locales un evento de "Día de la Familia" con Monty, juegos, actividades para niños y concursos.
- **Mensaje:** "¡Un día de diversión para toda la familia con Monty! Únete a los Osos de Montana para un día lleno de risas, juegos y momentos memorables."
- **Medio:** Periódicos locales, con énfasis en secciones familiares y de entretenimiento.

#### **Semana 4:**

- **Acción:** Publicar un anuncio en periódicos locales con un mensaje de agradecimiento a los fans por su apoyo durante la temporada, incluyendo una foto de Monty con el equipo.
- **Mensaje:** "¡Gracias por ser parte de la familia de los Osos de Montana! Agradecemos su apoyo incondicional durante la temporada. Monty y el equipo ya están emocionados por el próximo año."
- **Medio:** Periódicos locales, especialmente en la sección de Deportes.

#### **Mensajes clave:**

- Mantener un tono positivo y optimista, destacando la diversión, la unión y la emoción.
- Evitar comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes.
- Incluir a Monty en todos los anuncios, reforzando su imagen amigable y cercana.
- Enfatizar el valor de la comunidad y la importancia del apoyo a los Osos de Montana.

#### **Consideraciones adicionales:**

- Adaptar los mensajes al lenguaje y formato que resuene con la audiencia tradicional.
- Utilizar imágenes atractivas y coloridas que generen interés.
- Incluir información de contacto del club en todos los anuncios.

#### **Evaluación del programa:**

- Medir la respuesta de la audiencia a través de encuestas y comentarios en redes sociales.
- Analizar las ventas de boletos para los eventos de cierre de temporada.
- Monitorear la frecuencia de la cobertura en los medios de comunicación.

Al implementar este programa, los Osos de Montana podrán fortalecer su conexión con su audiencia tradicional, generar mayor engagement y prepararse para una temporada exitosa.

#### **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Octubre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del equipo en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias tradicionales.

**Mes:** Octubre

**Audiencia Objetivo:** Tradicional (mayores de 42 años)

#### **Acciones a Desarrollar:**



## 1. Publicidad en revistas locales:

- **Mensajes:** "Los Osos de Montana: Leyendas en el campo", "Monty te invita a vivir la historia del equipo", "Celebra la tradición y el legado de los Osos".
- **Medios:** Revistas locales enfocadas en deportes y eventos comunitarios.
- **Estrategia:** Incluir anuncios con imágenes de Monty y jugadores históricos, destacando momentos icónicos y estadísticas relevantes.

## 2. Publicidad en radio:

- **Mensajes:** "Conéctate con la historia de los Osos de Montana", "Monty te trae las mejores historias del equipo", "Recuerda los momentos gloriosos del equipo con nuestros anuncios".
- **Medios:** Estaciones de radio locales que transmiten programas deportivos y noticias.
- **Estrategia:** Insertar anuncios breves con la voz de Monty, invitando a la audiencia a revivir momentos históricos del equipo y a sintonizar programas especiales de la radio.

## 3. Evento "Día del Legado de los Osos":

- **Mensajes:** "Celebra la historia del equipo con Monty", "Conoce a las leyendas de los Osos de Montana", "Un día especial para recordar el pasado y mirar hacia el futuro".
- **Medios:** Comunicado de prensa, anuncios en radio y revistas locales, redes sociales del equipo (Facebook, Twitter).
- **Estrategia:** Organizar un evento en el estadio con la participación de jugadores históricos, exhibición de memorabilia, firma de autógrafos, juegos interactivos y concursos.

## 4. Promoción de la Tienda Oficial:

- **Mensajes:** "Lleva contigo la historia de los Osos de Montana", "Monty te espera en la Tienda Oficial", "Encuentra las mejores ofertas en productos del equipo".
- **Medios:** Folletos en el estadio y en puntos de venta locales, anuncios en radio y revistas locales.
- **Estrategia:** Ofrecer promociones especiales en la Tienda Oficial durante el mes de Octubre, como descuentos en productos relacionados con la historia del equipo.

## Mensajes clave:

- Enfoque en la historia y el legado del equipo.
- Uso de la mascota Monty para conectar con la audiencia.

- Énfasis en la comunidad y la tradición.
- Evitar comparaciones con otros deportes o equipos.

#### **Evaluación del programa:**

- Monitorear la respuesta de la audiencia a través de las redes sociales, llamadas telefónicas y ventas de la tienda oficial.
- Realizar encuestas a la audiencia para obtener feedback sobre el programa.

**Nota:** Este es un programa de ejemplo, y puede ser adaptado a las necesidades específicas del equipo. Es importante realizar un análisis del mercado y de la competencia para ajustar las estrategias y los mensajes de acuerdo a las preferencias de la audiencia.

#### **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Noviembre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con la audiencia tradicional.

**Mes:** Noviembre

**Audiencia Objetivo:** Tradicional

#### **Mensajes:**

- **Principal:** Prepara tus regalos de fin de año con los productos oficiales de los Osos.
- **Secundario:** ¡Apoya a los Osos este invierno! Encuentra la mejor colección de artículos para fanáticos en nuestra tienda online.
- **Mensaje con la mascota:** Monty te desea una feliz Navidad con los mejores regalos para los fanáticos de los Osos.

#### **Acciones a Desarrollar:**

- **Publicidad en TV:**
  - Spots de 30 segundos durante programas deportivos y noticias locales en horarios de alta audiencia.
  - El spot mostrará a Monty entregando regalos oficiales de los Osos a familias y amigos, enfatizando la idea de la tradición y el espíritu navideño.
- **Publicidad en Radio:**
  - Spots de 60 segundos durante programas deportivos, noticias locales y programas de fin de semana.
  - Se utilizará un tono cálido y familiar, con la voz de Monty para conectar con la audiencia tradicional.

- Se mencionarán las promociones especiales para el mes de noviembre y se destacarán los beneficios de adquirir productos oficiales.
- **Redes Sociales (Facebook):**
  - Publicaciones con imágenes atractivas de la colección de merchandising de los Osos, destacando la calidad y el diseño.
  - Promociones con sorteos de productos oficiales para fomentar la interacción.
  - Publicaciones con Monty saludando a los fans para un feliz Thanksgiving y recordando la importancia de seguir apoyando al equipo.
- **Colaboración con negocios locales:**
  - Promociones conjuntas con tiendas de ropa y artículos deportivos para vender merchandising oficial de los Osos.
  - Eventos de firma de autógrafos con jugadores de los Osos en tiendas locales, aprovechando las fechas de Thanksgiving y Black Friday.
- **Anuncios en periódicos locales:**
  - Publicaciones con ofertas especiales para el Black Friday en la tienda oficial de los Osos, destacando la amplia colección de productos para todos los fanáticos.

#### **Medios de Comunicación:**

- **Televisión:** Canales locales de noticias y deportes.
- **Radio:** Estaciones de radio locales con enfoque en deportes y noticias.
- **Periódicos:** Periódicos locales de mayor circulación.
- **Redes Sociales:** Facebook.

#### **Consideraciones:**

- Se evitarán comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes, ya que no son temas que el club quiera mencionar.
- El enfoque estará en la conexión emocional con los fanáticos, el espíritu navideño y la celebración del equipo.
- La mascota Monty será un elemento central en la campaña, generando un mensaje positivo y familiar.
- La comunicación se enfocará en las promociones del merchandising oficial para incentivar la compra y fortalecer la lealtad de la audiencia.

#### **Evaluación:**

- Se monitoreará el alcance de las publicaciones en las redes sociales y la interacción de la audiencia.

- Se analizarán las ventas de merchandising durante el mes de noviembre.
- Se medirá la respuesta del público a las promociones en TV y radio.

### **Conclusión:**

Este programa de marketing mensual está diseñado para conectar con la audiencia tradicional de los Osos de Montana durante el mes de noviembre, utilizando medios de comunicación tradicionales y mensajes positivos, familiares y navideños. La mascota Monty será un elemento clave en esta estrategia, ayudando a fortalecer la imagen del equipo y la comunidad de fans.

### **Programa Mensual de Marketing Deportivo para los Osos de Montana - Diciembre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia tradicional.

**Mes:** Diciembre

**Mascota:** Monty el Oso

### **Mensajes:**

- **Navidad con Monty:** Celebramos la Navidad con la familia de los Osos. ¡Un evento especial para compartir alegría y diversión con Monty!
- **Regalos para Fans Osos:** Encuentra el regalo perfecto para el fanático de los Osos en nuestra tienda oficial. ¡No te pierdas nuestras promociones especiales de temporada!
- **El Espíritu de la Navidad:** Los Osos de Montana les desean una Feliz Navidad a todos. ¡Que la alegría de la temporada inunde sus hogares!

### **Acciones:**

- **Anuncios de Prensa:** Publicar anuncios en los periódicos locales (Diario de Montana, La Tribuna) destacando el evento familiar navideño con Monty.
  - **Público Objetivo:** Audiencia tradicional de edad media, con interés en eventos locales y actividades familiares.
  - **Mensaje:** "Celebra la Navidad con los Osos en nuestro evento familiar especial. ¡Un día lleno de diversión, regalos y la presencia de Monty!"
  - **Diseño:** Imágenes atractivas de Monty con elementos navideños, incluyendo el logo del equipo y la fecha del evento.
- **Anuncios de Televisión:** Lanzar anuncios en los canales locales (KMTV, KRTV) promocionando el evento navideño.
  - **Público Objetivo:** Audiencia tradicional que consume televisión local, con preferencia por los deportes.

- **Mensaje:** "¡Únete a los Osos para una Navidad inolvidable! ¡Juegos, regalos, música navideña y la compañía de Monty!."
- **Diseño:** Vídeos cortos y dinámicos que muestren la celebración navideña con Monty y la familia de los Osos, destacando los juegos y actividades del evento.
- **Redes Sociales:** Promocionar el evento navideño a través de Facebook y Twitter, incluyendo imágenes, vídeos y concursos.
  - **Público Objetivo:** Audiencia tradicional que utiliza redes sociales de forma limitada, pero que sigue las cuentas oficiales del equipo.
  - **Mensaje:** "¡No te pierdas la Navidad con los Osos! ¡Un evento especial para toda la familia con Monty!"
  - **Diseño:** Publicaciones con imágenes atractivas de Monty en un ambiente navideño, incluyendo detalles del evento y el enlace para registrarse.

#### **Medios de Comunicación:**

- **Periódicos:** Diario de Montana, La Tribuna.
- **Televisión local:** KMTV, KRTV.
- **Redes sociales:** Facebook, Twitter.
- **Página web:** [www.ososmontana.com](http://www.ososmontana.com)

#### **Consideraciones adicionales:**

- **Presupuesto:** Se debe realizar un presupuesto para cubrir los costos de los anuncios en los periódicos, la televisión y las redes sociales.
- **Medición de resultados:** Se debe realizar un seguimiento de los resultados de la campaña, incluyendo el número de personas que asisten al evento navideño, la participación en redes sociales y el alcance de los anuncios.
- **Ajustes:** Se deben realizar ajustes en la campaña según sea necesario, basados en el análisis de los resultados.

#### **Conclusión:**

Este programa de marketing deportivo busca fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar engagement con la audiencia tradicional.

Los mensajes positivos y la mascota Monty, ayudan a crear una conexión especial con los fans, aprovechando las fechas navideñas para generar experiencias memorables.

Es fundamental realizar un seguimiento de los resultados y ajustar la campaña para maximizar el impacto y el éxito del club.

# Plan Anual para Audiencias Modernas.

## Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Enero

**Mes:** Enero

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia joven (18-35 años).

**Mensajes Clave:** "Únete a la familia de los Osos, donde la diversión nunca se detiene." "Monty te espera en el estadio."

### Estrategia:

- **Lanzamiento de campaña en redes sociales:** Enfocarse en Instagram y TikTok como las plataformas de elección para la audiencia joven.

### Acciones a Desarrollar:

- **Semana 1:**

- **Instagram:**

- **Publicación:** Foto de Monty con el nuevo uniforme del equipo.
    - **Mensaje:** "¡Prepárate para rugir con los Osos! Nuestro nuevo uniforme está aquí y Monty está listo para la acción."
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #NuevoUniforme #Monty
    - **Story:** Video corto de Monty mostrando el nuevo uniforme.
    - **Mensaje:** "¡Los Osos están listos para rugir! ¿Te atreves a unirte a la familia?"
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #NuevoUniforme #Monty

- **TikTok:**

- **Video:** Monty bailando al ritmo de una canción popular.
    - **Mensaje:** "¡La diversión nunca se detiene con los Osos! ¡Únete a la familia y disfruta del juego!"
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #Monty #BailandoConMonty

- **Semana 2:**

- **Instagram:**

- **Publicación:** Foto de Monty interactuando con fans durante un juego pasado.
    - **Mensaje:** "Monty ama a sus fans! Comparte tus mejores fotos con él usando el hashtag #MontyMoments."
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #MontyMoments #MontyLove

- **Story:** Creación de un filtro de Instagram con la imagen de Monty.
- **Mensaje:** "Comparte tu foto con Monty usando nuestro nuevo filtro!"
- **Hashtags:** #OsosDeMontana #MontyFilter #MontyMoments
- **TikTok:**
  - **Video:** Reto viral con Monty. Los fans pueden crear videos imitando a Monty.
  - **Mensaje:** "Muestra tu lado salvaje! Participa en el reto #MontyChallenge."
  - **Hashtags:** #OsosDeMontana #MontyChallenge #MontyFun
- **Semana 3:**
  - **Instagram:**
    - **Publicación:** Foto de Monty con jugadores del equipo.
    - **Mensaje:** "¡Conoce a nuestros Osos! Estos jugadores están listos para darlo todo en el terreno de juego."
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #Jugadores #Monty
    - **Story:** Transmisión en vivo con un jugador y Monty.
    - **Mensaje:** "¡Únete a nosotros para una sesión de preguntas y respuestas con un jugador y Monty!"
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #BehindTheScenes #Monty
  - **TikTok:**
    - **Video:** Monty bailando al ritmo de la canción del equipo.
    - **Mensaje:** "¡Prepárate para el próximo juego! ¿Quién será el MVP esta semana?"
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #PrepárateParaElJuego #Monty
- **Semana 4:**
  - **Instagram:**
    - **Publicación:** Foto del estadio con un mensaje de bienvenida.
    - **Mensaje:** " ¡Nos vemos en el estadio! Monty te espera para disfrutar de un emocionante partido."
    - **Hashtags:** #OsosDeMontana #Estadio #Monty
    - **Story:** Transmisión en vivo del juego.
    - **Mensaje:** "Sigue el juego en vivo con Monty."

- **Hashtags:** #OsosDeMontana #EnVivo #Monty
- **TikTok:**
  - **Video:** Highlights del juego.
  - **Mensaje:** "¡Mira los mejores momentos del juego! Los Osos están en llamas!"
  - **Hashtags:** #OsosDeMontana #Highlights #Monty

#### **Información Adicional:**

- Se recomienda utilizar un estilo de comunicación informal y amigable en todas las plataformas, acorde con la audiencia joven.
- Incorporar elementos de humor y creatividad en el contenido para generar engagement.
- Implementar concursos y sorteos para incentivar la participación de los fans.
- Colaborar con influencers locales para amplificar el alcance de la campaña.

#### **Ejemplo de Mensaje en Redes Sociales:**

- **Instagram:** " ¡Monty te espera en el estadio para la fiesta de los Osos! No te pierdas el emocionante partido de esta semana. #OsosDeMontana #Monty #FiestaDeBeisbol"
- **TikTok:** " ¡Baila con Monty! ¡Muestra tus mejores pasos de baile con el nuevo tema del equipo! #OsosDeMontana #MontyChallenge #BailaConMonty"

#### **Evaluación:**

- Monitorear el alcance de las publicaciones y los videos.
- Analizar las interacciones de los fans con el contenido.
- Ajustar la estrategia de marketing según los resultados obtenidos.

#### **Conclusión:**

Este programa mensual de marketing tiene como objetivo conectar con la audiencia joven a través de plataformas digitales como Instagram y TikTok. Al utilizar un tono informal, creativo y centrado en Monty, la campaña busca fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con los fans.

#### **Programa Mensual para los Osos de Montana - Febrero**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con la audiencia moderna, especialmente con la generación joven.

**Mensajes Clave:** Experiencias exclusivas y contenido digital solo para verdaderos fans, con Monty como el hilo conductor.

**Audiencia Objetivo:** Jóvenes entre 18 y 35 años, especialmente entre 18 y 25 años.



**Medios de Comunicación:** YouTube, Twitch.

**Acciones a Desarrollar:**

**Semana 1:**

- **Colaboración con Influencers:** Identificar 3-5 influencers juveniles de deportes o entretenimiento (con preferencia por el béisbol), con un enfoque en el contenido digital. Proponer un reto viral en el que los influencers participen usando la mascota Monty.
  - **Mensaje:** "Monty te reta a un reto épico. Muestra tu pasión por los Osos y gana premios exclusivos."
- **Contenido en YouTube:** Lanzar un video corto con Monty como protagonista, presentando las acciones para el mes de febrero y las experiencias exclusivas que se ofrecerán.
  - **Mensaje:** "Prepárate para vivir el béisbol como nunca antes con los Osos de Montana. Descubre experiencias exclusivas solo para verdaderos fans."

**Semana 2:**

- **Streaming en Twitch:** Organizar un streaming en vivo con un jugador de los Osos de Montana, interactuando con los fans en tiempo real. Monty puede hacer una aparición especial para generar mayor engagement.
  - **Mensaje:** "Únete a la fiesta en Twitch con Monty y tu jugador favorito. Preguntas, retos y premios increíbles te esperan."
- **Contenido en YouTube:** Subir un video de "Detrás de Escena" con los jugadores, con énfasis en sus hobbies, rutinas de entrenamiento y preparación para el torneo.
  - **Mensaje:** "Conoce a tus héroes de otra forma. Descubre la pasión y el trabajo duro detrás de la magia del béisbol."

**Semana 3:**

- **Concurso de Creatividad en Instagram:** Lanzar un concurso donde los fans pueden crear memes, videos cortos o diseños con Monty como tema central.
  - **Mensaje:** "Déjate llevar por la creatividad y muestra tu amor por Monty. Gana increíbles premios y presencia tu diseño en las redes oficiales del equipo."
- **Contenido en Twitch:** Transmitir un videojuego de béisbol en vivo con un jugador o un influencer, con Monty como invitado especial.
  - **Mensaje:** "Lleva el béisbol a otro nivel con Monty en Twitch. Disfruta de un torneo épico con tus jugadores favoritos."

**Semana 4:**

- **Experiencia Virtual Exclusiva:** Ofrecer una experiencia virtual en línea donde los fans pueden interactuar con jugadores, realizar recorridos por el estadio o participar en juegos de realidad aumentada.
  - **Mensaje:** "Vive la experiencia Osos de Montana como nunca antes. Ingresa al mundo virtual de Monty y disfruta de actividades exclusivas."
- **Contenido en YouTube:** Publicar un resumen de las mejores acciones del mes con un enfoque en el contenido digital, las colaboraciones con influencers y las experiencias virtuales.
  - **Mensaje:** "Febrero ha sido un mes lleno de emociones con los Osos de Montana. Revive los momentos más memorables del mes y prepárate para más sorpresas."

**Nota:**

- Es fundamental asegurar que todos los contenidos sean de alta calidad y se ajusten a las preferencias de la audiencia joven.
- La interacción con los fans es vital. Se debe responder a sus comentarios, preguntas y sugerencias en todas las plataformas.
- La presencia de Monty debe ser constante en todos los contenidos.
- El uso de hashtags relevantes, videos cortos y llamativos, y un diseño atractivo son elementos clave para el éxito del programa.

**Conclusión:**

Este programa mensual busca conectar con la audiencia moderna de una manera innovadora y atractiva, aprovechando las plataformas digitales y la personalidad única de Monty. Se espera que la ejecución de este programa genere un mayor engagement, fidelización y reconocimiento del club en la comunidad.

**Programa Mensual para los Osos de Montana - Marzo**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con la audiencia joven (18-35 años) a través de acciones digitales y mensajes positivos que fomenten la identidad con Monty, la mascota del equipo.

**Mes:** Marzo

**Acciones a Desarrollar:**

- **Semana 1:** Lanzamiento de concurso en redes sociales "Monty's March Madness"
  - Un concurso de predicciones de resultados de partidos de béisbol con premios a los mejores pronosticadores.
  - **Mensajes:** "¡Monty quiere saber quién es el mejor fanático de los Osos! ¡Participa en Monty's March Madness y pon a prueba tus conocimientos de béisbol!"

- **Medios:** Twitter, Instagram, TikTok (con videos cortos y dinámicos)
- **Audiencia:** Moderno (18-35 años)
- **Semana 2:** "Monty's Takeover" - Colaboración con influencers locales para crear contenido divertido y atractivo relacionado con los Osos de Montana.
  - **Mensajes:** "Monty se apodera de las redes sociales! ¡Sigue a tus influencers favoritos para conocer más sobre los Osos y divertirse con Monty!"
  - **Medios:** Instagram Stories, TikTok (challenges, dúos, videos cortos)
  - **Audiencia:** Moderno (18-35 años)
- **Semana 3:** "Monty's Playbook" - Sorteos de boletos para partidos en redes sociales.
  - **Mensajes:** "Gana entradas exclusivas para ver a los Osos en vivo junto a Monty! ¡No te lo pierdas!"
  - **Medios:** Twitter, Instagram, Facebook
  - **Audiencia:** Moderno (18-35 años)
- **Semana 4:** "Monty's Fan Appreciation Day" - Evento de recaudación de fondos en un bar local con presencia de jugadores y Monty.
  - **Mensajes:** "Celebremos a los mejores fans de los Osos con Monty! ¡Únete a la fiesta y apoya al equipo!"
  - **Medios:** Facebook Event, Instagram, Flyers locales
  - **Audiencia:** Moderno (18-35 años)

#### **Mensajes clave:**

- Enfoque en la mascota Monty: "Únete al equipo de Monty!"
- Énfasis en la diversión y la comunidad: "Los Osos: Donde la pasión por el béisbol se une a la diversión"
- Llamados a la acción claros y concisos: "Participa! Gana! Unete!"
- Utilización de un lenguaje informal y cercano al público joven: "Monty te espera!"

#### **Medios de Comunicación:**

- Plataformas digitales: Twitter, Instagram, TikTok, Facebook
- Medios tradicionales: Flyers, posters en lugares estratégicos

#### **Audiencia Objetivo:**

- Joven adulto (18-35 años) con fuerte presencia digital
- Interesados en deportes y entretenimiento

- Buscan experiencias interactivas y conexiones con la marca

#### **Notas adicionales:**

- Es importante mantener la identidad de marca con un estilo visual consistente en todos los canales.
- Las acciones deben estar bien planeadas y ejecutadas con precisión.
- El seguimiento y análisis de resultados es crucial para optimizar el programa.

**Este programa mensual está diseñado para generar un mayor engagement y fortalecer la identidad de los Osos de Montana en la comunidad. A través de acciones digitales y mensajes positivos, se busca conectar con la audiencia joven y fomentar una mayor participación en la experiencia del béisbol.**

#### **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Abril**

**Mes:** Abril

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias.

**Público Objetivo:** Audiencia moderna (jóvenes de 18 a 35 años)

**Mensajes Clave:** Diversión, familiaridad, comunidad, participación, Monty la mascota

#### **Acciones a Desarrollar:**

##### **Semana 1:**

- **Acción:** Lanzamiento de la Campaña "Monty's Challenges" en Instagram y TikTok.
- **Mensaje:** "¿Estás listo para los desafíos de Monty? ¡Participa en nuestros desafíos semanales para ganar mercancía oficial de los Osos!"
- **Medios:** Instagram (reels, stories), TikTok (videos cortos, challenges)
- **Contenido:** Vídeos cortos de Monty realizando desafíos divertidos relacionados con el béisbol, como atrapar la pelota, lanzar strikes, etc. Invitación a participar en el desafío semanal y mostrar sus habilidades.
- **Interacción:** Incentivos por compartir videos, uso de hashtags específicos para el desafío, concursos con premios.

##### **Semana 2:**

- **Acción:** "Monty's Throwback Thursday" en Instagram y Facebook.
- **Mensaje:** "¡Recordando momentos memorables con Monty! Comparte tus fotos y videos de los Osos con Monty y participa en nuestra galería de recuerdos."
- **Medios:** Instagram (Stories, posts), Facebook (posts)

- **Contenido:** Imágenes y videos históricos de los Osos con Monty, anécdotas del pasado, recuerdos de juegos memorables.
- **Interacción:** Invitar a los fans a compartir sus fotos y videos con Monty, destacar las mejores historias y comentarios.

### **Semana 3:**

- **Acción:** "Monty's Meet & Greet" en el estadio durante un juego.
- **Mensaje:** "¡Ven a conocer a Monty en persona! Meet & Greet con Monty en el estadio durante el juego. Aprovecha la oportunidad para tomarte fotos y obtener autógrafos."
- **Medios:** Instagram (Stories, posts), Facebook (posts), sitio web del equipo.
- **Contenido:** Anuncios del evento en redes sociales, fotos y videos de Monty interactuando con los fans en el estadio.
- **Interacción:** Promocionar la oportunidad de tomarse fotos y obtener autógrafos de Monty, invitar a los fans a compartir sus experiencias en redes sociales.

### **Semana 4:**

- **Acción:** Lanzamiento de "Monty's Game Day Challenge" en Instagram y TikTok.
- **Mensaje:** "¡Prepárate para el juego! Sigue a Monty en nuestros desafíos durante el juego para ganar premios exclusivos."
- **Medios:** Instagram (stories, posts), TikTok (videos en vivo, challenges)
- **Contenido:** Vídeos cortos de Monty durante el juego, desafíos interactivos para los fans durante el partido (adivinanzas, predicciones, concursos).
- **Interacción:** Premios especiales para los ganadores de los desafíos, promoción de la experiencia del juego a través de las redes sociales.

### **Estrategias para cada plataforma:**

- **Instagram:** Reels, Stories, contenido visualmente atractivo, hashtags relevantes.
- **TikTok:** Videos cortos, tendencias virales, challenges, música de fondo.
- **Facebook:** Publicaciones informativas, fotos y videos, interacción con la comunidad.

### **Conclusión:**

Este programa mensual busca conectar con la audiencia moderna a través de las redes sociales, utilizando contenido creativo y atractivo, promoviendo la participación y fortaleciendo la imagen del equipo y la mascota Monty. Se busca crear una experiencia interactiva y memorable para los fans de los Osos de Montana.

## **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Mayo**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia joven (18-35 años).

**Mensaje principal:** ¡Conecta con Monty y la familia de los Osos!

### **Estrategia:**

#### **1. Conectando con la audiencia joven:**

##### **○ Eventos en línea:**

- **"Monty's Hangout" en Twitch y YouTube:** Transmisiones en vivo mensuales con jugadores, ex jugadores o personalidades del equipo. Se incluirán juegos, concursos, entrevistas y secciones de preguntas y respuestas con el público.
- **Retos virales:** Lanzar un reto en redes sociales que invite a los fans a crear contenido creativo con Monty como protagonista. Se pueden otorgar premios a los ganadores.
- **"Backstage Pass":** Publicación de contenido exclusivo detrás de escena en Twitch y YouTube, mostrando la vida diaria del equipo y la preparación para los partidos.

##### **○ Redes sociales:**

- **Instagram Stories:** Contenido diario con highlights de los partidos, entrevistas cortas a los jugadores y encuestas interactivas con la audiencia.
- **TikTok:** Crear videos cortos y divertidos con Monty como protagonista, utilizando tendencias virales y canciones populares.
- **Campaña en redes sociales:** "Comparte tu momento Osos" - Incentivar a los fans a publicar fotos con Monty en redes sociales utilizando un hashtag específico. Se seleccionará a las mejores fotos para ser publicadas en los canales oficiales.

#### **2. Conectando con la comunidad local:**

- **"Monty's Day Out":** Realizar una visita a una escuela local donde Monty interactúe con los niños, entregando artículos del equipo y promoviendo la práctica del béisbol.
- **"Osos en la Comunidad":** Organizar una jornada de limpieza en un parque o área pública con la participación de jugadores y voluntarios de la comunidad.
- **"Monty's Birthday Bash":** Celebrar el cumpleaños de Monty con una fiesta gratuita en el estadio, incluyendo juegos, concursos, música en vivo y comida para toda la familia.

## **Medios de comunicación:**

- **Digitales:** YouTube, Twitch, Instagram, TikTok, Facebook, Twitter.
- **Locales:** Periódicos locales, radios comunitarias, sitios web locales, cartelera en el estadio.

## **Mensajes clave:**

- "Únete a la diversión con Monty en nuestras sesiones en vivo."
- "Sé parte de la familia de los Osos y comparte tu pasión por el béisbol."
- "Disfruta de las aventuras de Monty en nuestros videos exclusivos."
- "Conéctate con tu equipo favorito y vive la emoción del béisbol."

## **Ejemplo de contenido:**

- **YouTube:** "Conoce a tu jugador favorito en 'Monty's Hangout' - [Nombre del jugador]"
- **Instagram:** "Monta tu mejor pose con Monty y comparte tu foto usando #OsoConMonty."
- **TikTok:** "Monty te reta a un baile épico."

## **Evaluación del éxito:**

- Aumento en el número de seguidores en redes sociales.
- Mayor engagement en las publicaciones y transmisiones.
- Aumento en la asistencia a eventos y actividades.
- Mayor presencia mediática en los medios locales.

**Nota:** Se debe evitar cualquier referencia que pueda ser negativa o que genere comparaciones con otros deportes o equipos. Se deben enfocar los mensajes en la familia de los Osos, el espíritu deportivo y el valor de la comunidad.

## **Conclusión:**

Este programa de marketing busca fortalecer la presencia de los Osos de Montana en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia joven. La clave es crear contenido atractivo, dinámico y participativo, aprovechando las plataformas sociales y el deseo de esta audiencia de formar parte de comunidades digitales vibrantes y activas.

## **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Junio**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con la audiencia moderna, especialmente los jóvenes de 18 a 35 años.

## **Mensajes Clave:**

- "Experimenta la emoción del béisbol con Monty!"

- "¡Sé parte de la manada!"
- "Uníos a la familia de los Osos para disfrutar de un verano lleno de diversión y emoción!"

#### **Acciones a Desarrollar:**

##### **1. Lanzamiento de la Campaña "Monty's Summer Fun" en Instagram y YouTube (audiencia moderna):**

- **Acción:** Crear un video corto y dinámico para Instagram y YouTube con Monty presentando las actividades y eventos del mes de junio.
- **Contenido:** Destacar las actividades familiares, eventos especiales como el "Día de Monty" y las oportunidades de interacción con los jugadores.
- **Mensaje:** "Un verano lleno de diversión con Monty y los Osos de Montana! ¡No te pierdas los eventos exclusivos y las increíbles experiencias que tenemos para ti!"
- **Medios:** Instagram (Stories, Reels, Feed), YouTube (Shorts, Videos Cortos).

##### **2. Contenido Exclusivo Detrás de Cámaras en Instagram Stories (audiencia moderna):**

- **Acción:** Compartir contenido exclusivo detrás de cámaras en Instagram Stories con los jugadores, el staff del equipo y Monty.
- **Contenido:** Entrevistas cortas, videos de entrenamiento, momentos divertidos en el estadio y actividades del día a día del equipo.
- **Mensaje:** "Mira cómo se preparan los Osos para la victoria! Únete a la aventura detrás de cámaras con Monty y el equipo."
- **Medios:** Instagram Stories (con encuestas, preguntas y respuestas, y stickers para la interacción).

##### **3. Concurso "El Fanático de Monty" en Instagram (audiencia moderna):**

- **Acción:** Realizar un concurso en Instagram donde los fans pueden enviar fotos o videos de ellos con Monty.
- **Contenido:** Publicar fotos o videos de los fans con Monty en el feed de Instagram.
- **Mensaje:** "Comparte tu amor por Monty y los Osos! Participa en nuestro concurso y gana increíbles premios."
- **Medios:** Instagram (Feed, Stories, Reels, IGTV).

##### **4. Colaboración con Influencers Locales (audiencia moderna):**

- **Acción:** Invitar a influencers locales de redes sociales a un juego de los Osos de Montana.



- **Contenido:** Pedir a los influencers que compartan su experiencia en sus redes sociales, mostrando el ambiente del estadio, las actividades, y los eventos.
- **Mensaje:** "Los influencers locales nos acompañan en la diversión! ¡No te pierdas la experiencia de vivir un juego de los Osos con Monty!"
- **Medios:** Instagram, TikTok, YouTube (Stories, Reels, Videos cortos).

#### 5. Transmisión en Vivo de un Juego en Facebook (audiencia general):

- **Acción:** Realizar una transmisión en vivo de un juego de los Osos de Montana en Facebook.
- **Contenido:** Ofrecer comentarios en vivo del juego con la participación de Monty.
- **Mensaje:** "Disfruta del juego en vivo con Monty y los Osos! ¡No te pierdas ningún detalle de la acción en el campo!"
- **Medios:** Facebook Live.

#### 6. Publicaciones en Facebook e Instagram (audiencia general):

- **Acción:** Publicar información sobre el calendario de juegos, ofertas especiales, y eventos del mes de junio en Facebook e Instagram.
- **Contenido:** Fotografías del equipo, de Monty y de las actividades del estadio.
- **Mensaje:** "Únete a la emoción! Encuentra toda la información sobre los juegos de los Osos y aprovecha las ofertas especiales para disfrutar del mes de junio con Monty."
- **Medios:** Facebook (Feed, Eventos), Instagram (Feed, Stories).

#### 7. Campaña de Marketing por Email (audiencia general):

- **Acción:** Enviar un boletín informativo por email con información sobre las actividades del mes de junio, ofertas especiales y concursos.
- **Contenido:** Incluya fotos de Monty, jugadores y eventos del mes.
- **Mensaje:** "No te pierdas las últimas noticias de los Osos de Montana y las oportunidades de vivir una experiencia inolvidable con Monty!"
- **Medios:** Correo electrónico.

**Nota:** Todos los mensajes y acciones deben estar alineados con la imagen positiva y familiar del equipo, enfocados en la diversión, la emoción y la conexión con la mascota Monty.

#### Programa Mensual para los Osos de Montana - Julio

**Mes:** Julio

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con las audiencias, especialmente con la audiencia joven, a través de acciones que fomenten la diversión y la conexión con la mascota, Monty.

**Estrategia:** El mes de Julio será dedicado a conectar con la audiencia joven, creando un ambiente festivo y aprovechando la época de verano para generar experiencias memorables.

**Acciones a Desarrollar:**

- **Semana 1: "Monty's Summer Bash" en TikTok e Instagram:**
  - **Acciones:** Lanzar un concurso en TikTok e Instagram donde los fans suban videos con Monty, realizando un baile o reto específico. Se les incentivará a usar el hashtag #MontySummerBash y a mencionar a los Osos.
  - **Mensajes:** "¡Vive el verano con Monty! ¡Únete a la fiesta y muestra tus mejores pasos!"
  - **Medios de Comunicación:** TikTok e Instagram.
  - **Audiencia Objetivo:** Jóvenes, influenciados por las tendencias digitales.
- **Semana 2: "Behind the Scenes with Monty":**
  - **Acciones:** Publicar contenido exclusivo detrás de cámaras con Monty en las redes sociales (Instagram y TikTok), mostrando momentos divertidos y la interacción del equipo con la mascota.
  - **Mensajes:** "¡Conoce al verdadero Monty! Acompáñanos en un recorrido exclusivo por los entrenamientos y la vida del equipo."
  - **Medios de Comunicación:** Instagram y TikTok.
  - **Audiencia Objetivo:** Jóvenes que buscan contenido auténtico y exclusivo.
- **Semana 3: "Monty's Fan Day":**
  - **Acciones:** Organizar un evento en el estadio con actividades divertidas para niños y familias, incluyendo la posibilidad de tomarse fotos con Monty, juegos, concursos y premios.
  - **Mensajes:** "¡Trae a tu familia y vive un día lleno de diversión con Monty! Juegos, premios y mucho más."
  - **Medios de Comunicación:** Facebook, Instagram, y publicidad local en medios tradicionales.
  - **Audiencia Objetivo:** Familias con niños.
- **Semana 4: "Monty's Summer Giveaway":**

- **Acciones:** Lanzar un sorteo en Instagram donde los fans pueden ganar boletos para un juego, merchandise del equipo, o experiencias VIP en el estadio.
- **Mensajes:** "¡Gana increíbles premios con Monty! Sigue nuestras cuentas en Instagram y participa en el sorteo."
- **Medios de Comunicación:** Instagram.
- **Audiencia Objetivo:** Jóvenes y fans que buscan experiencias especiales.

#### **Consideraciones:**

- El tono de los mensajes será positivo, divertido y juvenil.
- El uso de emojis y hashtags relevantes aumentará la participación en redes sociales.
- El programa se adaptará a la audiencia de cada plataforma, utilizando formatos de contenido que sean atractivos para cada red social.
- Se buscará la colaboración con influencers locales que se ajusten al perfil de la audiencia objetivo.
- Se utilizará la identidad visual de los Osos y Monty para mantener la coherencia en la comunicación.

#### **Ejemplo de Contenido:**

- **TikTok:** Video corto de Monty bailando un challenge popular, invitando a los fans a participar.
- **Instagram:** Foto de Monty con un jugador del equipo, con un mensaje divertido y un enlace a la historia de Instagram donde se comparten los momentos detrás de cámara.

#### **Beneficios Esperados:**

- Aumento del engagement con la audiencia joven.
- Mayor presencia en redes sociales.
- Incremento en la popularidad de Monty.
- Promoción de eventos y actividades del club.
- Fortalecimiento de la imagen del equipo como un club divertido y familiar.

Este programa mensual servirá para conectar con la audiencia joven, generar experiencias positivas y fortalecer la presencia de los Osos de Montana en la comunidad, promoviendo la diversión y la conexión con la mascota, Monty.

#### **Programa Mensual para los Osos de Montana - Agosto**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con la audiencia moderna, utilizando al oso Monty como elemento central.

**Audiencia Objetivo:** Jóvenes de 18 a 35 años, con fuerte presencia en redes sociales y consumo de contenido digital.

**Mes:** Agosto

**Acciones a Desarrollar:**

- **Colaboración con Creadores de Contenido Deportivo (TikTok y YouTube):**
  - **Objetivo:** Llegar a una audiencia más amplia y generar contenido viral.
  - **Acciones:**
    - **Concurso de videos:** Invitar a creadores de contenido a realizar videos cortos y divertidos con la temática "Un día con Monty". Se premiará al video más creativo con entradas a un juego y merchandising.
    - **Colaboraciones con influencers:** Buscar influencers relevantes en el ámbito deportivo, con fuerte presencia en TikTok y YouTube, para realizar contenido exclusivo con Monty como protagonista.
    - **"Behind the Scenes" con Monty:** Los creadores de contenido tendrán acceso exclusivo a la vida dentro del equipo, con Monty como guía.
  - **Mensajes:**
    - "Forma parte del equipo con nuestras colaboraciones especiales."
    - "Monty te invita a vivir la experiencia Osos desde adentro."
    - "Únete a la diversión con los videos más locos de Monty."
  - **Medios de Comunicación:** TikTok, YouTube.
- **Campaña en Redes Sociales (Instagram y TikTok):**
  - **Objetivo:** Incrementar el engagement y la interacción con la audiencia.
  - **Acciones:**
    - **Concurso de fotos con Monty:** Incentivar a los fans a tomarse fotos con la mascota en diferentes lugares, con hashtags específicos. Se premiará a las fotos más creativas con merchandising y entradas a juegos.
    - **Filtros de Instagram:** Crear filtros temáticos con la imagen de Monty para que los fans puedan usarlos en sus historias y publicaciones.

- **Retos virales:** Proponer retos divertidos relacionados con el béisbol y la mascota Monty, usando TikTok como plataforma principal.
- **Live Streams con Monty:** Realizar transmisiones en vivo con la mascota interactuando con los fans, respondiendo preguntas, jugando juegos y participando en concursos.
- **Mensajes:**
  - "Muestra tu amor por Monty y los Osos de Montana!"
  - "Vive la emoción de un juego de los Osos con Monty."
  - "¡No te pierdas los retos virales con Monty en TikTok!"
- **Medios de Comunicación:** Instagram, TikTok.
- **Activaciones en el Estadio:**
  - **Objetivo:** Generar experiencias memorables para los fans en los juegos.
  - **Acciones:**
    - **Monty's Corner:** Un espacio especial en el estadio dedicado a Monty, con juegos, actividades y oportunidades para fotos con la mascota.
    - **"Monty's Mascot Challenge":** Un concurso donde los fans pueden competir en diferentes pruebas relacionadas con Monty, con premios como merchandising y entradas a juegos.
    - **"Monty's Birthday Bash":** Celebrar el cumpleaños de Monty con un evento especial en el estadio, incluyendo juegos, música y concursos para los fans.
  - **Mensajes:**
    - "¡Únete a la fiesta con Monty en el estadio!"
    - "Celebra con Monty y los Osos de Montana."
    - "Vive una experiencia única en el estadio con Monty."
  - **Medios de Comunicación:** Anuncios en el estadio, redes sociales, página web del equipo.

#### **Consideraciones Adicionales:**

- Los mensajes deben ser positivos y alinearse con la imagen del equipo y su mascota, Monty.
- Se debe utilizar un lenguaje que sea atractivo para la audiencia moderna.
- Se debe priorizar el contenido visual y multimedia, incluyendo fotos, videos y gifs.

- Es importante utilizar los hashtags relevantes para cada plataforma social.
- Se debe monitorear las redes sociales para responder a los comentarios y preguntas de los fans.

### **Conclusión:**

Este programa mensual busca conectar con la audiencia moderna a través de experiencias digitales e interactivas, aprovechando la popularidad de las redes sociales y el encanto de la mascota Monty. Se espera que estas acciones fortalezcan la presencia del club en la comunidad y generen mayor engagement con los fans.

### **Programa Mensual - Osos de Montana - Septiembre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con la audiencia, especialmente con la audiencia joven.

**Mascota:** Monty

**Mensajes:** Positivos, enfocados en la diversión, la comunidad y la participación de la mascota Monty. Se evitarán temas como comparaciones con otros deportes o la falta de campeonatos recientes.

**Audiencia Objetivo:** Jóvenes de 18 a 35 años, con un enfoque en el rango de 18 a 25 años.

**Medios de Comunicación:** Instagram, TikTok, Facebook, YouTube (con contenido breve y visual).

### **Programa Mensual:**

#### **Semana 1:**

- **Acción:** Lanzamiento de la campaña "Monty te lleva al juego!"
- **Mensaje:** ¡Es septiembre! Monty está emocionado por el cierre de temporada y quiere que todos lo disfruten con él.
- **Medio:** Instagram & TikTok.
- **Contenido:** Video corto de Monty invitando a los fans a seguir la cuenta para ganar entradas. Se utilizarán filtros y efectos especiales.
- **Hashtags:** #MontyTeLlevaAlJuego #OsosDeMontana #SeptiembreConMonty

#### **Semana 2:**

- **Acción:** Concurso de fotos en redes sociales.
- **Mensaje:** Comparte tu foto más divertida con Monty para ganar increíbles premios.
- **Medio:** Instagram & Facebook.

- **Contenido:** Se publicará una foto de Monty en diferentes escenarios divertidos y se invitará a los fans a compartir sus fotos con el hashtag #MontyEnAcción.
- **Premios:** Merch de los Osos, entradas VIP para el último partido de la temporada.

#### **Semana 3:**

- **Acción:** Sorteo digital de entradas para los partidos finales.
- **Mensaje:** ¡Gana entradas VIP para el cierre de temporada de los Osos con Monty!
- **Medio:** Instagram & TikTok.
- **Contenido:** Vídeo corto de Monty anunciando el sorteo. Se utilizarán efectos especiales para destacar el premio VIP.
- **Hashtags:** #SorteoConMonty #EntradasVIP #OsosDeMontana

#### **Semana 4:**

- **Acción:** "Monty's Takeover" en Instagram Stories.
- **Mensaje:** ¡Monty se toma Instagram! Sigue sus historias para ver cómo se divierte en el último partido de la temporada.
- **Medio:** Instagram Stories.
- **Contenido:** Monty tomará control de la cuenta de Instagram de los Osos. Se publicarán videos y fotos de Monty interactuando con los fans, los jugadores y las mascotas de otros equipos.
- **Hashtags:** #MontyTakeover #OsosDeMontana #TemporadaFinal

#### **A lo largo del mes:**

- Publicaciones regulares en redes sociales: Fotos y videos de Monty en eventos del equipo, entrevistas con jugadores, momentos divertidos detrás de cámaras, y más.
- Contenidos cortos y llamativos en TikTok: Videos de baile con Monty, retos virales, memes relacionados con la mascota.
- Anuncios en Facebook para generar mayor alcance de la campaña.

#### **Enfoques Adicionales:**

- **Interacción con los fans:** Utilizar las menciones de los fans en las publicaciones, responder comentarios y mensajes, crear encuestas y votaciones con Monty.
- **Colaboración con influencers locales:** Invitar a influencers locales para que participen en la campaña y generen contenido con Monty.

- **Utilización de filtros y efectos especiales:** Crear filtros de Instagram y efectos especiales de TikTok para aumentar la participación de los fans.
- **Incentivos:** Promocionar el uso de hashtags específicos para ganar premios especiales.

#### **Medición de Resultados:**

- Seguimiento del crecimiento de la audiencia en redes sociales.
- Análisis del engagement de los fans (me gusta, comentarios, compartir).
- Monitoreo del alcance de las publicaciones.
- Medición de la participación en el concurso de fotos y el sorteo.

#### **Conclusión:**

Este programa mensual busca conectar con la audiencia joven a través de contenido creativo, divertido e interactivo, utilizando las plataformas digitales que ellos prefieren. La mascota Monty será el centro de la campaña, creando un vínculo emocional con los fans y promoviendo una imagen positiva y atractiva del equipo.

#### **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Octubre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con las audiencias.

**Mes:** Octubre

**Audiencia Objetivo:** Jóvenes de 18 a 35 años, con fuerte presencia en redes sociales.

#### **Mensajes:**

- **Revive los mejores momentos de la temporada de los Osos, con Monty como protagonista!**
- **Comparte tus recuerdos favoritos de la temporada con #OsosDeMontana.**
- **Únete a Monty para celebrar el final de la temporada y prepararnos para el próximo año!**

#### **Acciones a Desarrollar:**

##### **1. Evento en vivo en Redes Sociales:**

- **Fecha:** Sábado 15 de Octubre, 7:00 PM (hora local)
- **Plataforma:** Instagram Live
- **Contenido:** Un resumen de los momentos más memorables de la temporada, con entrevistas a jugadores y Monty como anfitrión.
- **Interacción:** Se invitará a la audiencia a compartir sus mejores momentos de la temporada usando el hashtag #OsosDeMontana.



- **Promocionar:** Se publicarán anuncios en Instagram y Facebook durante la semana previa, con Monty invitando a la audiencia a unirse al evento en vivo.

## 2. Concurso de Fotos en Instagram:

- **Fecha:** 1 al 31 de Octubre
- **Objetivo:** Involucrar a la audiencia con la mascota Monty.
- **Mecánica:** Se invitará a los fans a publicar fotos de ellos con Monty, usando el hashtag #MontyEsMiFavorito.
- **Premio:** El ganador recibirá una camiseta autografiada por Monty y un pase para asistir a un juego de pretemporada.
- **Promocionar:** Se publicarán anuncios en Instagram, Stories y se utilizará el hashtag #MontyEsMiFavorito en todas las publicaciones del equipo.

## 3. Contenido Viral en TikTok:

- **Fecha:** Durante todo el mes de Octubre
- **Objetivo:** Alcanzar a una nueva audiencia y aumentar el engagement en la plataforma.
- **Contenido:** Videos cortos y divertidos que muestren a Monty interactuando con los fans, realizando retos, participando en bailes virales o jugando con los jugadores.
- **Promocionar:** Se utilizarán hashtags relevantes y se colaborará con influencers locales para aumentar la visibilidad del contenido.

## 4. Lanzamiento de una nueva línea de merchandising en línea:

- **Fecha:** 20 de Octubre
- **Objetivo:** Ofrecer productos exclusivos a los fans y generar ingresos adicionales.
- **Productos:** Se lanzará una colección de merchandising con diseños exclusivos inspirados en Monty, como camisetas, gorras, tazas y accesorios.
- **Promoción:** Se utilizarán anuncios en Instagram y Facebook, así como correos electrónicos a los fans.
- **Oferta especial de lanzamiento:** Descuento del 10% en la primera compra para los seguidores de las redes sociales.

## 5. Publicaciones en redes sociales:

- **Contenido:** Se publicarán fotos de Monty con los fans en los eventos del club, memes relacionados con la mascota y contenido detrás de cámaras de las actividades del equipo.
- **Frecuencia:** Se publicarán al menos 2 posts por día en Instagram y Facebook.

### **Medios de Comunicación:**

- **Instagram:** Publicaciones, Stories, Reels y Anuncios.
- **Facebook:** Publicaciones, Anuncios.
- **TikTok:** Videos cortos y virales.
- **YouTube:** Resumen de la temporada, videos detrás de cámaras.
- **Correo electrónico:** Newsletter con ofertas exclusivas y noticias del equipo.

### **Evaluación:**

- Se medirá el alcance y la interacción de las publicaciones en redes sociales, el número de participantes en el concurso de fotos y las ventas de merchandising.
- Se analizarán los datos para adaptar la estrategia de marketing en los próximos meses.

### **Consideraciones adicionales:**

- Se debe tener en cuenta la conexión emocional con la mascota Monty, y cómo puede ser un puente para conectar con las audiencias.
- Se debe asegurar la coherencia de la marca en todas las plataformas de comunicación.
- Se debe analizar la competencia y adaptar la estrategia en función de las últimas tendencias en marketing deportivo.

### **Conclusión:**

Este programa de marketing mensual busca conectar con las audiencias más jóvenes a través de las redes sociales y el carisma de Monty. Al enfocarse en contenido atractivo, interactivo y viral, se busca generar mayor engagement y fortalecer la presencia de los Osos de Montana en la comunidad.

### **Programa Mensual de Marketing Deportivo - Osos de Montana - Noviembre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar un mayor engagement con la audiencia joven a través de una campaña de fin de año con promociones especiales online.

### **Mensajes Clave:**

- **Monty, la mascota, es el centro de la campaña.**
- Enfatizar la exclusividad y el valor de las ofertas.
- Fomentar la participación activa de la audiencia.
- Promover la pertenencia a la familia de los Osos.

**Audiencia Objetivo:** Jóvenes de entre 18 y 35 años, con fuerte presencia en el ecosistema digital.

## **Acciones a Desarrollar:**

- **Campaña de fin de año con promociones especiales online:**
  - **Nombre de la campaña:** "Monty te regala un Feliz Navidad"
  - **Fecha:** Del 1 al 30 de Noviembre
  - **Promociones:**
    - 2x1 en entradas para los juegos de la próxima temporada.
    - Descuentos en merchandising online.
    - Sorteos de kits de la temporada.
    - Acceso exclusivo a eventos especiales con Monty.
  - **Mecánica:**
    - Seguir a los Osos de Montana en Instagram y Twitter.
    - Darle like a la publicación de la campaña.
    - Compartir la publicación con un amigo.
    - Completar un formulario para participar en el sorteo.

## **Comunicación:**

- **Redes sociales:**
  - **Instagram:**
    - Publicaciones diarias con fotos y videos atractivos de Monty.
    - Reels y Stories con contenido divertido y participativo.
    - Contests y concursos con premios relacionados con la campaña.
    - Utilizar hashtags relevantes como #MontyTeRegalaUnFelizNavidad, #OsosDeMontana, #Beisbol.
  - **Twitter:**
    - Tweets promocionales de la campaña.
    - Respuestas a preguntas y comentarios de los seguidores.
    - Retweets de contenido generado por los fans.
  - **Facebook:**
    - Publicación de la campaña con los detalles de la misma.
    - Anuncios pagados para llegar a una audiencia más amplia.
    - Interacción con los comentarios de los fans.
- **Email Marketing:**

- Enviar emails con información detallada de la campaña y las promociones.
- Segmentar la lista de emails por intereses para personalizar el contenido.
- Incluir un enlace directo a la página web del equipo para acceder a las promociones.

### Ejemplos de Mensajes:

- **Instagram:** "¡Monty te regala un Feliz Navidad! 🎄🎁 ¡Aprovecha esta oferta única para vivir la emoción del béisbol con los Osos de Montana! Visita nuestra página web para participar en el sorteo de entradas 2x1. #MontyTeRegalaUnFelizNavidad #OsoDeMontana"
- **Twitter:** "Únete a la familia de los Osos y disfruta de una Navidad llena de béisbol con Monty. 🎉🎁 Participa en nuestro sorteo de kits de la temporada. #OsoDeMontana #Beisbol #MontyTeRegalaUnFelizNavidad"
- **Facebook:** "¡Esta Navidad, vive la pasión del béisbol con los Osos de Montana! 🥰🎁 Participa en la campaña "Monty te regala un Feliz Navidad" y podrás ganar entradas, merchandising y experiencias inolvidables. ¡Más info en nuestro sitio web! #OsoDeMontana #Beisbol #MontyTeRegalaUnFelizNavidad"

### Evaluación:

- Seguimiento del número de participantes en la campaña.
- Análisis de la interacción en redes sociales.
- Medición del tráfico generado en la página web.
- Monitoreo de las ventas de merchandising.

### Consideraciones:

- **Diseño gráfico:** Utilizar elementos visuales atractivos que reflejen la imagen del equipo y de Monty.
- **Calendario editorial:** Planificar la publicación de contenido en redes sociales para asegurar una frecuencia constante.
- **Respuesta a los fans:** Estar atento a los comentarios y preguntas de los seguidores en las redes sociales.
- **Utilizar contenido generado por los fans:** Promover la participación activa de los fans en la campaña.

### Conclusión:

Este programa mensual permitirá a los Osos de Montana conectar con su audiencia joven a través de experiencias digitales atractivas y personalizadas. La campaña

"Monty te regala un Feliz Navidad" fomenta la participación activa de la audiencia, crea un sentido de comunidad y genera engagement con la marca.

## **Programa Mensual de Marketing para los Osos de Montana - Diciembre**

**Objetivo:** Fortalecer la presencia del club en la comunidad y generar mayor engagement con la audiencia joven a través de una campaña navideña digital.

**Mensajes clave:** Regala la magia de los Osos esta Navidad con nuestros productos exclusivos. Monty te desea una Navidad llena de alegría y béisbol.

**Audiencia Objetivo:** Jóvenes de 18 a 35 años, con un fuerte núcleo en el rango de 18 a 25 años.

**Medios de Comunicación:** Instagram, TikTok, Twitter.

### **Acciones a Desarrollar:**

#### **Semana 1:**

- **Lanzamiento de la Campaña Navideña en Redes Sociales:** Publicación de contenido visual atractivo con Monty vestido de Santa Claus, rodeado de regalos del equipo.
- **Anuncio de Sorteos:** Se anuncian concursos con la posibilidad de ganar mercancía exclusiva del equipo, como jerseys, gorras, y pelotas firmadas.
- **Llamada a la acción:** Invitar a los seguidores a seguir las cuentas del equipo en todas las plataformas.

#### **Semana 2:**

- **Contenido Dinámico:** Publicación de videos cortos de jugadores del equipo deseando felices fiestas a los fans.
- **Sorteos Interactivos:** Se implementan concursos en Instagram stories y TikTok donde los fans deben responder preguntas sobre el equipo o la mascota.
- **Promociones de Regalos:** Se anuncian ofertas especiales en la tienda online del equipo para la compra de mercancía navideña.

#### **Semana 3:**

- **Contenido Detrás de Cámaras:** Se comparten videos con Monty en eventos navideños de la comunidad, como visitas a hospitales o a hogares de ancianos.
- **Colaboración con Influencers:** Se busca la colaboración con influencers locales que compartan contenido con los Osos de Montana y la campaña navideña.
- **Publicaciones de Fans:** Se incentiva a los fans a compartir fotos de sus propios regalos navideños de los Osos en redes sociales con un hashtag específico para el concurso.

#### **Semana 4:**

- **Anuncios de Ganadores de los Sorteos:** Publicación de los nombres de los ganadores de los concursos en redes sociales.
- **Despedida de la Campaña Navideña:** Publicación de mensajes de agradecimiento a los fans por su participación.
- **Anticipo de la Próxima Temporada:** Se realiza una publicación con un breve mensaje de "Nos vemos en la próxima temporada".

#### **Mensajes específicos para cada plataforma:**

- **Instagram:** Imágenes llamativas, historias con música navideña y encuestas sobre los regalos favoritos de los fans.
- **TikTok:** Videos cortos y divertidos con Monty y jugadores. Retos virales con la mascota del equipo.
- **Twitter:** Publicaciones con hashtags relevantes, concursos de preguntas y respuestas y actualizaciones en tiempo real.

**Nota:** Los mensajes deben ser positivos y enfocarse en la imagen del equipo y su mascota Monty. Se evita hablar sobre la falta de campeonatos recientes o comparaciones con otros deportes.

#### **Conclusión:**

Esta estrategia busca generar un engagement significativo con la audiencia joven durante la temporada navideña, posicionando a los Osos de Montana como un equipo cercano y familiar. El uso de redes sociales, la mascota Monty y la participación de los fans son elementos clave para el éxito de la campaña.

## **2. Texto a Imagen.**

Diseña scripts de texto con prompts que permitan re-crear la imagen de la mascota el Oso Monty, acorde a las siguientes características de las visiones del equipo, tradicional y moderna:

- **Tradicional:** el diseño debe ser una imagen en estilo de caricatura de los años 60-70, tipo del estilo de "Felix el gato" o "Mickey Mouse", además de elementos tradicionales como, uniforme de baseball, casco, un guante, una gorra en posición frontal, un bate de baseball, en posición erguida, además de mostrar el nombre del club debajo de sí mismo.
- **Moderna:** el diseño debe ser una imagen vívida, donde el oso use lentes oscuros, la gorra hacia atrás, empleando una chamarra de cuero y en donde se apoye en una letra M de gran tamaño.

### **Prompt para re-crear la imagen de la mascota el Oso Monty**

Instrucciones:

Diseña imágenes de la mascota Oso Monty, adaptando el diseño a las características de las visiones tradicional y moderna del equipo de béisbol. Asegúrate de que cada diseño refleje la esencia del equipo y sus valores.

#### **Diseño Tradicional:**

Crea una imagen en estilo de caricatura de los años 60-70, similar al estilo de "Felix el gato" o "Mickey Mouse". El Oso Monty debe llevar un uniforme de béisbol completo, incluyendo un casco, un guante y una gorra en posición frontal. Debe sostener un bate de béisbol mientras está en posición erguida. Debajo de la imagen, incluye el nombre del club "Osos de Montana" en un estilo de letra clásico que complementa el diseño. Utiliza colores vivos y un fondo simple que resalte al Oso Monty y su equipamiento.

#### **Diseño Moderno:**

Crea una imagen vibrante del Oso Monty, con un diseño contemporáneo. El oso debe llevar lentes oscuros y una gorra hacia atrás, usando una chamarra de cuero. Debe estar apoyado en una gran letra "M", que simbolice el nombre del equipo. La imagen debe ser dinámica y llena de energía, utilizando colores llamativos y un fondo moderno que complementa la estética juvenil y fresca del diseño.



## Resultados

*Diseño Tradicional:*





# Montan Monty











*Diseño Moderno:*













