

CIRCULAR 001 – MANUAL CONSUMIDOR

REVISIÓN Y/O APROBACIÓN DE ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS ONLINE

Objetivo: Homologar los criterios de revisión y aprobación de las piezas de publicidad (arte y legales) en online.

Dirigido a: Gerentes, Directores, Jefes, Coordinadores y Diseñadores.

Consideración: De acuerdo con la reunión sostenida el 29 de noviembre de 2018, entre E-commerce y Asistencia Legal, se logró definir el Objetivo.

Los criterios de revisión y/o aprobación son los siguientes:

Tipo de pieza	Lugar y/o destino de la pieza	Criterios
INTERNO		
Ecard	Correo electrónico	<ul style="list-style-type: none">• No llevarán logo de la marca ni texto legal dentro del arte, pues esta información se adiciona por ecommerce al momento del envío.• La ULR (www.marca.com) se debe informar en los legales.
SMS	Número de celular	<ul style="list-style-type: none">• La ULR para acceder a la página web debe encontrarse abreviado dentro del texto del SMS.
RED DE DISPLAY		
Facebook	Red Social	<ul style="list-style-type: none">• No llevarán logo de la marca.• No será necesario incluir la ULR (www.marca.com) dentro del arte, toda vez que la pieza cuenta un clic que redirección a cliente a la página web de la marca, donde podrá acceder por medio de otro clic, a la landing que contiene los términos y condiciones.

		<ul style="list-style-type: none"> El texto y el arte se revisarán en conjunto, por lo que la información relacionada con el tiempo, modo y lugar, podrá encontrarse repartido entre el texto y el arte. <u>ESTA DECISIÓN NO APLICARA PARA CARRUSEL.</u> En el texto del carrusel de Facebook, debe incluirse tiempo, modo y lugar. <p>NOTAS: <i>Todas</i> las piezas de Facebook que se envíen para revisión, deberán enviarse en formato power point.</p> <p>Las piezas de Facebook que se envíen por separado o mal nombradas <u>no serán revisadas</u>.</p>
SITIO		
Banner home	Sitio	<ul style="list-style-type: none"> No llevarán logo de la marca. Deben incluir tiempo, modo y lugar. Deben incluir el clic de “ver condiciones”.
Banner medio	Sitio	<ul style="list-style-type: none"> No llevarán logo de la marca. Debe informarse el modo. No enviar “Over”.
Banner inferior	Sitio	<ul style="list-style-type: none"> No llevarán logo de la marca. Entre las piezas que conforman el banner inferior se deberá informar el tiempo, modo y lugar.

		<p>NOTA: Las 3 condiciones no deben ir necesariamente en 1 pieza, la información puede estar repartida entre las piezas del banner inferior.</p>
Banner landing	Sitio	<ul style="list-style-type: none"> • Debe <i>incluir tiempo, modo y lugar.</i> • Debe incluir el clic de “ver condiciones”.
Etiqueta del Producto		<ul style="list-style-type: none"> • Debe <i>incluir tiempo, modo y lugar.</i> • Debe <i>incluir</i> el <i>clic</i> de “<i>ver condiciones</i>”. • Esta pieza no aplica para RIFLE.
Banner Promo		<ul style="list-style-type: none"> • Debe <i>incluir tiempo, modo y lugar.</i>
Top Banner		<ul style="list-style-type: none"> • Debe <i>incluir tiempo, modo y lugar.</i>
Carrito de compras		<ul style="list-style-type: none"> • Debe <i>incluir tiempo, modo y lugar.</i>

Nuevos criterios para cualquier pieza:

- En el evento en que las prendas de la pieza no se hagan parte de la promoción agregar la frase “imagen de referencia” en el arte.
- Si la promoción aplica para ciertas referencias de prendas, se deberá incluir la frase “Referencias Seleccionadas” o “Ref Selecc” dentro del arte.
- Las piezas que no se encuentren nombradas por el **tipo de pieza** (tal y como se nombró en la columna “Tipo de pieza” del cuadro anterior) **no serán revisadas**.
- Los lugares donde aplicará la publicidad deberá ser informando en las piezas, de acuerdo con lo siguiente:

- En el evento que la promoción aplique en todas las tiendas físicas de la marca y en la tienda online, no será necesario indicar el lugar dentro del arte, **no obstante, deberá indicarse expresamente en los legales.**
 - Exclusivo online: **“Exclusivo online”**
 - Exclusivo tienda física: **“Tiendas físicas (nombre marca)”**
- e. Enviar una **(1)** versión de la pieza cuando esta se encuentre en versión desktop y mobile.
- f. La Dirección de Asistencia Legal revisará y aprobará únicamente las piezas madre de cada estrategia, razón por la cual, **las demás piezas que elabore la marca a partir de la pieza madre serán de su única y exclusiva responsabilidad.**

Aumento del volumen de piezas por periodos en el año:

- **Marzo:** Hot Sale.
- **Junio:** Cyberlunes.
- **Septiembre:** Click deals.
- **Octubre:** Cyberlunes
- **Noviembre:** Black Friday.

Teniendo en cuenta la descripción anterior, tanto la Dirección de E-commerce como la Dirección de Asuntos Legales elaborarán en conjunto con las marcas, un plan de acción previo a estos meses, con el ánimo de atender oportunamente las estrategias y evitar reprocesos.