# Plan de mercadotecnia “En la mira”

## Objetivo

Incrementar el nivel de conciencia en la población joven de México para la aplicación de las vacunas contra la enfermedad COVID-19, incentivar los deseos de aplicación de la misma.

## Público objetivo

En esta sección se establecen las principales características del público al que se busca llegar a través de la campaña de vacunación “En la Mira”

### Demográfico

* Hombres y mujeres
* Edad de los 18 a 35 años
* Con secundaria terminada
* Hablantes de español
* Sin un nivel ingresos especifico

### Localización

* Residencia en la México
* Se encuentran en la escuela y sus lugares de trabajo (oficinas, tiendas, etc.)

### Psicológico

* El uso de dispositivos digitales esta fuertemente ligado a su día a día
* Valoran el trato individual y personalizado
* Buscan maneras rápidas de atender sus temas de salud

### Identificadores

* Tienen tiempo limitado para actividades personales
* Prefieren las citas rápidas
* Tienen apertura por el uso de nuevas tecnologías
* Han tenido malas experiencias con los medios tradicionales de atención medica

## Canales de difusión

Se generará material de anuncios digitales a través de las principales redes sociales de uso del publico objetivo: Facebook, Instagram, Twitter, etc. Adicional a los anuncios digitales, se buscará crear difusión a través de videos humorísticos que capturen la atención del usuario.

Adicionalmente se pondrá en marcha una página web para que los usuarios puedan acceder a la información de una forma más detallada, además de fungir como plataforma para que agenden sus citas de vacunación reduciendo sus tiempos de espera e incentivando la aplicación de la vacuna.