

Campaña para la nueva línea de productos de la empresa VIALPA

PROBLEMA

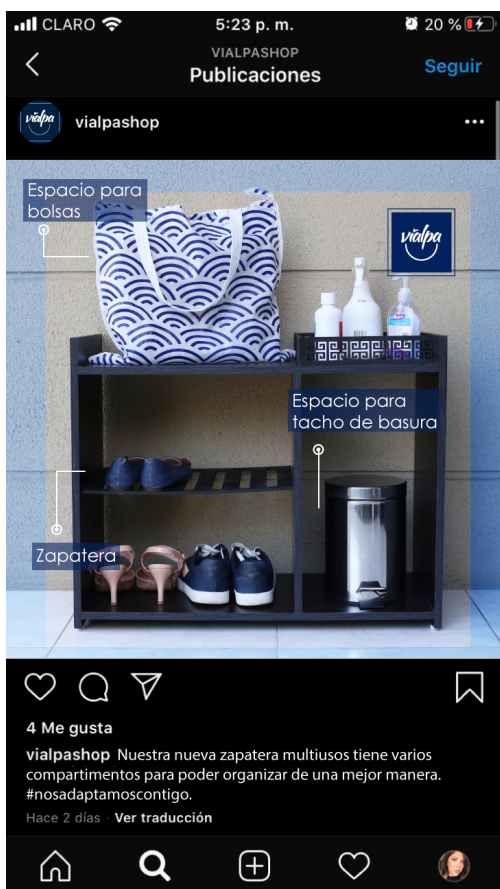
La empresa VIALPA debido a la pandemia causada por el virus Covid-19 se ha visto gravemente afectada bajando en un gran porcentaje sus ventas.

OBJETIVO GENERAL

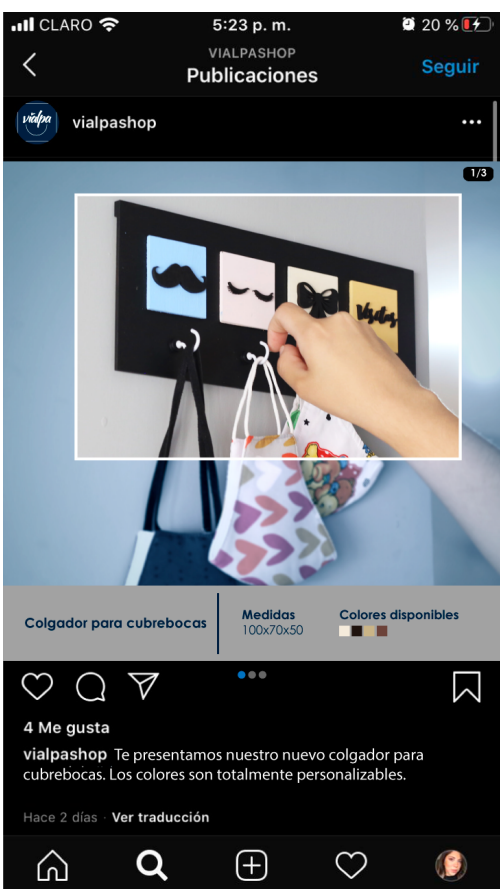
Desarrollar una estrategia comunicacional para VIALPA, que contribuya a posicionar su nueva línea de productos en la nueva normalidad, post COVID-19.

PROPUESTA

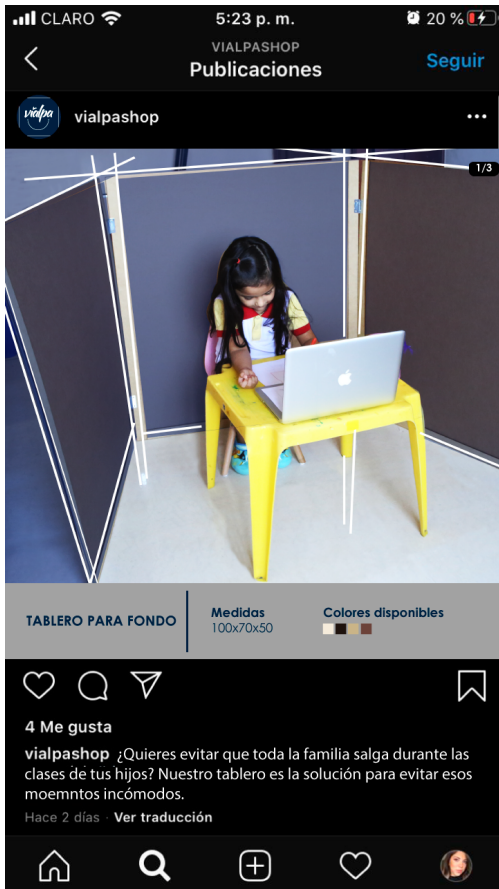
Creación de piezas gráficas que contribuya a posicionar la nueva línea de productos en la nueva normalidad y que permita a la empresa mejorar su situación económica. Para ello se realizó un proceso de levantamiento de datos de los cuales obtuvimos información que nos indicaba que preferencias tenían las personas al momento de realizar sus compras por redes sociales.



Presentación de la zapatera multiusos en Instagram.



Presentación del porta mascarillas en Instagram.



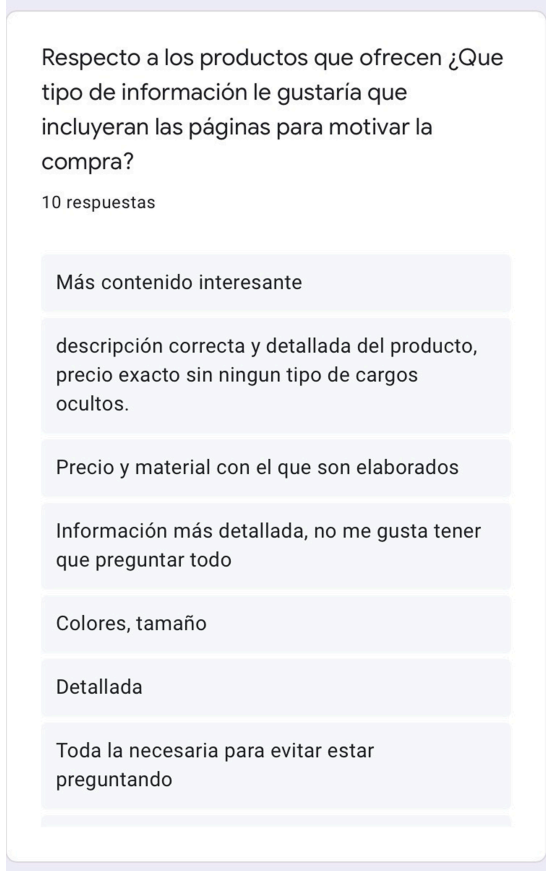
Presentación del tablero de fondo en Instagram.

RESULTADOS

- Las personas desean más información del producto.
- La información que se incluya debe abarcar los detalles de color y tamaño del producto.
- Prefieren las fotos reales del producto y en uso.



Factores que influyen para realizar compras por redes sociales.



Información acerca del producto que los consumidores desean.



Tipo de fotos que los consumidores desean ver.

CONCLUSIONES

- La publicidad es una herramienta que puede ayudar a potenciar el lanzamiento de los productos.
- Se identificó la propuesta de valor de VIALPA.
- Conocer los atributos valorados y necesidades insatisfechas con respecto a la visualización de la publicidad de los clientes al momento de realizar compras por redes sociales.