

Guía para Desarrollo de proyecto “Kia hacia el futuro”

Introducción

Este documento servirá como guía del proyecto que deberán entregar los equipos para participar en el concurso universitario Kia University.

Al participar es importante que lean los términos y condiciones que se encuentran en el sitio web <https://www.kia.com/mx/experience/eventos/kia-university.html>

Para participar deberán registrarte en el sitio web, completando todos los datos de ambos participantes y aceptar los términos y condiciones. Al momento de registrarse deberán subir el archivo de su proyecto en formato PDF con un peso no mayor a 5Mb.

El proyecto

El equipo deberá realizar una campaña publicitaria que incluya 3 secciones en el proyecto:

1. Desarrollo de estrategia creativa
2. Concepto gráfico
3. Propuesta de ejecución

Esta campaña debe responder al objetivo general y al público objetivo que se indica a continuación.

Objetivo de la campaña: Comunicar como KIA rompe las barreras del tiempo y sigue siendo una marca vanguardista y moderna hacia el futuro.

Público objetivo: Hombres y mujeres NSE ABC+ de 20 a 55 años.

A continuación se explican cada una de estas secciones y qué deben considerar para el desarrollo de las mismas.

1. Desarrollo de estrategia creativa.

La estrategia es el puente que conecta de manera efectiva los objetivos del negocio con los resultados esperados, estos otorgan diferenciación al producto/marca, ofrece claridad y dirección a largo plazo, permite a la marca conectar de manera efectiva con su consumidor y minimiza el margen de error.

Propuesta de valor

La propuesta de valor diferenciadora de una marca o producto, es el eje rector que define el camino a seguir, el primer paso en donde se responde la pregunta ¿A dónde queremos llegar?

Concepto de comunicación

Frase corta que resume propuesta de valor ¿Qué queremos decir?

Propuesta de valor

Es el mensaje clave de la comunicación y responde a las siguientes preguntas: ¿Qué vendes? ¿A quién se lo vendes? ¿Para qué se lo vendes?

Pilares de comunicación

Es desglosar los aspectos diferenciadores de nuestra propuesta de valor en cada uno de los de los pilares de la marca, Kia cuenta con 3:

- **Vibrante**
Divertido, dinámico, excitante, lleno de vida, vívido, desafiante, emocionante
- **Diferente**
Avanzados, innovadores, únicos, atrevido, inspirador, estilizado
- **Confiable**
Digno de confianza, durable, responsable, seguros, consientes

Respuesta esperada

Qué queremos que el consumidor piense, sienta o haga al recibir nuestra comunicación. Esta respuesta debe estar pensada de tal modo que resuelva el objetivo de la campaña.

2. Concepto gráfico

Es la visualización del concepto creativo en una imagen compuesta de distintos elementos visuales como fotografías, imágenes y texto.

Puede incluir un slogan que parta del concepto creativo y las imágenes de los productos.

Debe incluir el logotipo de la marca junto con la marca asociada (Kia Finance).

¿Qué debe comunicar?

Lo ideal es que un concepto gráfico comunique un estímulo, es decir, algo que conecte con un motivador del público objetivo al que va dirigido.

Consideraciones para el concepto creativo

Kia cuenta con dos colores principales que deben ser la base de las ejecuciones de todos los materiales publicitarios. Estos colores pueden convivir con el negro y el blanco principalmente en tipografía.

Colores principales



El logotipo no podrá tener ninguna cambio en diseño, color, proporción y orden. Por lo que no se puede agregar texto o imágenes entre el logotipo de Kia y el slogan “The Power to Surprise”.



3. Propuesta de ejecución

Son los materiales que tendrá tu campaña de publicidad. Dependerán de a quién quieres alcanzar, ya que hay personas que leen revistas, periódicos, ven la TV, escuchan el radio, etc.

Racional de estrategia

Esta sección debe contener la justificación del por qué eligieron los canales y medios de implementación seleccionados así como el periodo de tiempo en el que debe vivir dicha estrategia.

La propuesta que se envíe debe como mínimo contemplar una estrategia de comunicación en redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter.

Sí el equipo lo desea, podrá agregar otras implementaciones de su estrategia creativa y gráfica en otros canales como: Videos para plataformas en línea o en TV, activaciones BTL, radio, prensa y revistas impresas o digitales, POP u otros medios y plataformas.

Implementaciones

Basados en la estrategia creativa y el concepto gráfico, se deberá entregar una visualización de cómo se implementaron estos conceptos en los medios seleccionados. Estas implementaciones pueden entregarse como: Fotografías de referencia, renders (visualizaciones), esquemas, story boards, guiones o videos.

En caso de querer agregar contenido en vídeo deberán incluir en el archivo PDF las ligas a los canales de YouTube o a los archivos en línea (Dropbox, Google Drive) en donde se encuentren los mismos.

Qué deben incluir las implementaciones

- Logotipo de la marca y logotipo de Kia Finance
- Imagen de al menos un vehículo de la marca

Qué no debe incluir

- Faltas de ortografía
- Palabras o imágenes ofensivas, de índole sexual, político o discriminativas
- Imágenes o logotipos de la competencia