

Eddy

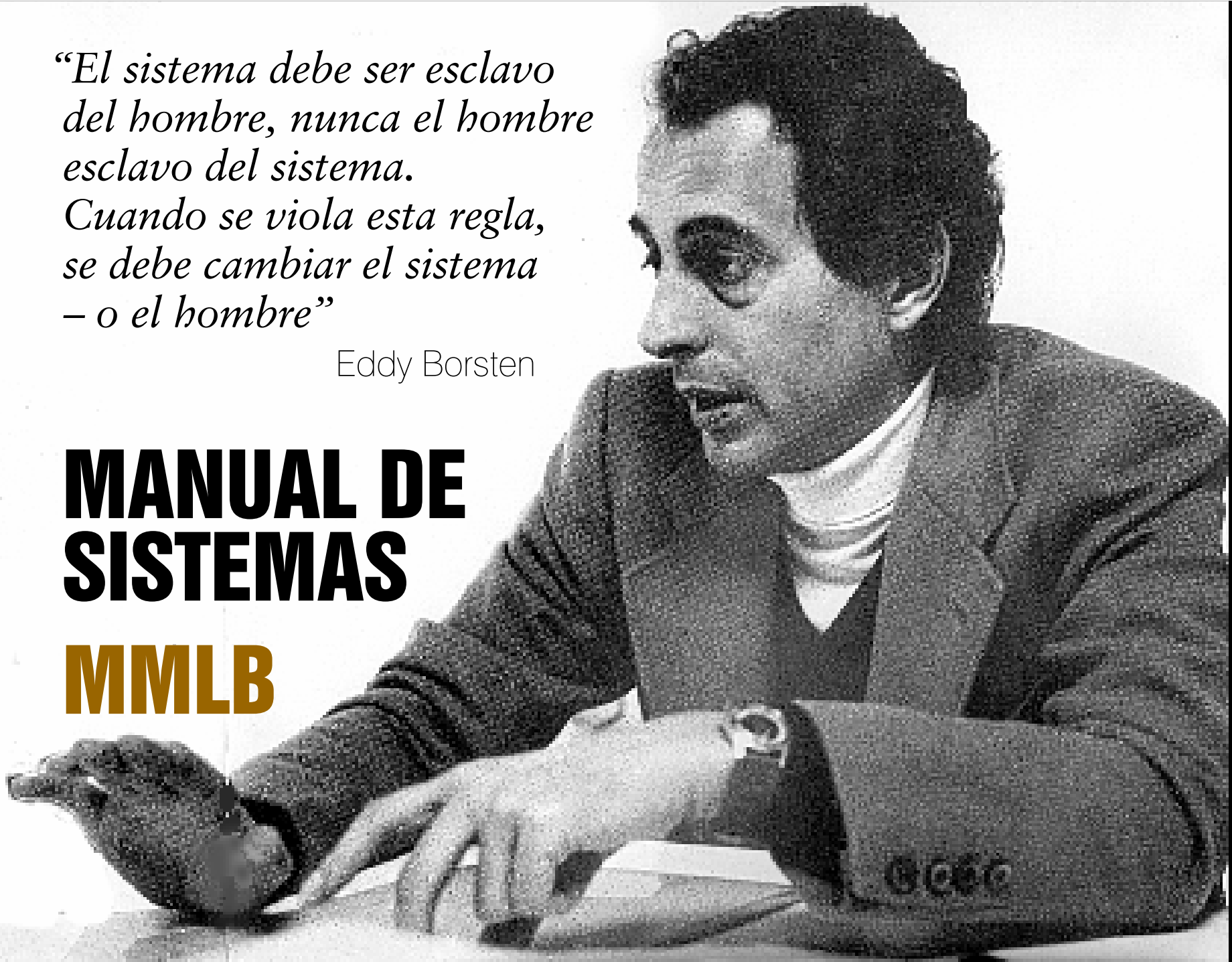
*“El sistema debe ser esclavo del hombre, nunca el hombre esclavo del sistema.*

*Cuando se viola esta regla, se debe cambiar el sistema – o el hombre”*

Eddy Borsten

# **MANUAL DE SISTEMAS**

## **MMLB**



# EL PLANNER Y EL BRIEFING (1)

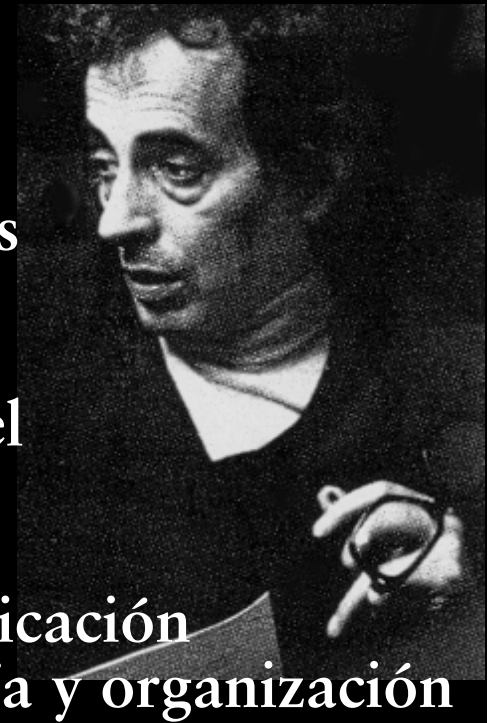
- 1.- Asegurarse de que es entendida toda la problemática
- 2.- Pedir al cliente la información adicional relevante (estudios de mercado, documentación técnica, etc)
- 3.- Discusión en la Agencia cara a hacer el Contrabriefing



**ANÁLISIS  
DEL  
BRIEFING  
DEL  
CLIENTE**

## EL CONTRABRIEFING

- a.- La visión de la agencia respecto al mercado
- b.- Idem, respecto a condicionamientos internos del cliente
- c.- Definición del problema esencial y los colaterales
- d.- Valoración de fortalezas/debilidades en relación a la competencia
- e.- Plataforma de marketing: qué hacer y cómo en el marketing mix
- f.- Posicionamiento
- g.- Copy Platform, o puntos esenciales en la comunicación
- h.- Comentarios y propuestas: aspectos de economía y organización



# EL PLANNER Y EL BRIEFING (2)

## EL PLAN DEL PLANNER

Cada programa o Plan  
debe contemplar:



- 1.- (**CUÁL** es el problema) Las razones que motivan el Plan
- 2.- (**QUÉ** se va a hacer) Descripción de la actividad/acción
- 3.- (**QUÉ** se puede conseguir) Objetivos
- 4.- (**CÓMO** se va a hacer) Descripción de la operatividad
- 5.- (**QUÉ** se necesita) Recursos necesarios: humanos, económicos, instrumentales, etc
- 6.- (**QUIÉN** lo va a hacer) Propuesta de responsables
- 7.- (**CUÁNDO** se va a hacer) Calendario
- 8.- (**CUÁNTO** cuesta/rinde) Planteamiento económico
- 9.- (**CUÁNDO** y **CÓMO** dar marcha atrás) Mecanismos de seguridad
- 10.- Justificación de lo anterior  
(oportunidad, viabilidad, coherencia con políticas, etc)
- 11.- Próximos pasos



# PERFIL DEL PLANNER (1)

## **SABER**

Marketing  
Estudios de Mercado  
Publicidad  
Medios Publicitarios  
Otros Medios  
Técnicas y Procesos de  
Producción y Realización  
Terminología

## **SABER HACER**

Briefing a partir del Cliente  
Contrabriefing de Agencia  
Presentar y “Vender”  
Estrategia  
Plataforma Marketing  
Copy Platform  
Estrategia de Comunicación  
Creativa y de Medios

# PERFIL DEL PLANNER (2)

## PERFIL PERSONAL

Aspecto: modo de vestir, modales

Expresión: oral y escrita

Inteligencia: “sentido más que común”

Cultura: conversar con personas de diversos intereses

Sociabilidad: don de gentes

Credibilidad: seriedad y sinceridad

Actitud Activa: interés en saber, cumplir, hacer, superarse

“El cliente exige a la Agencia  
un SERVICIO que es OPINABLE.  
De ahí que la relación cliente-agencia  
debe erigirse sobre una base de  
CONFIANZA”

