

Eddy

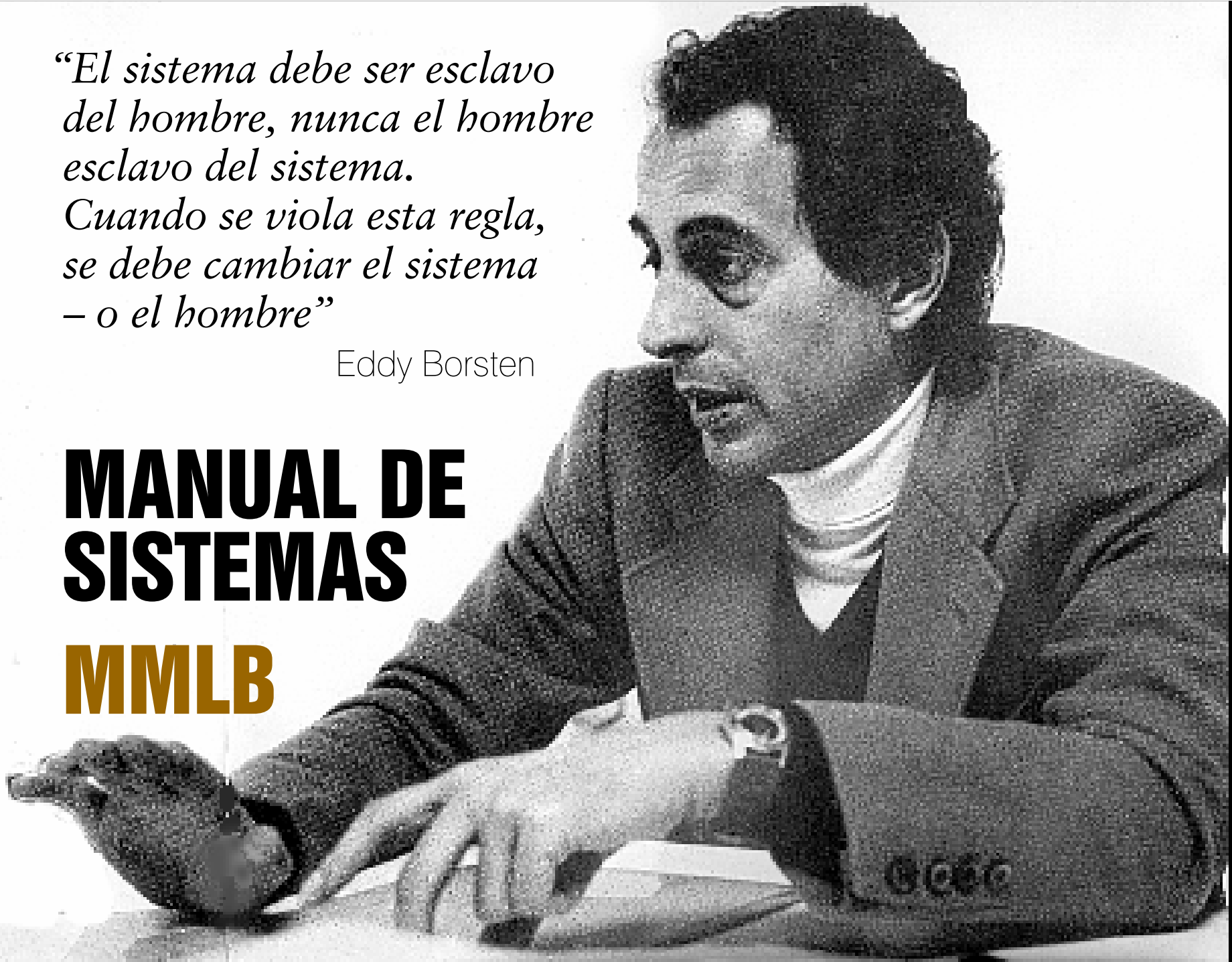
“El sistema debe ser esclavo del hombre, nunca el hombre esclavo del sistema.

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)

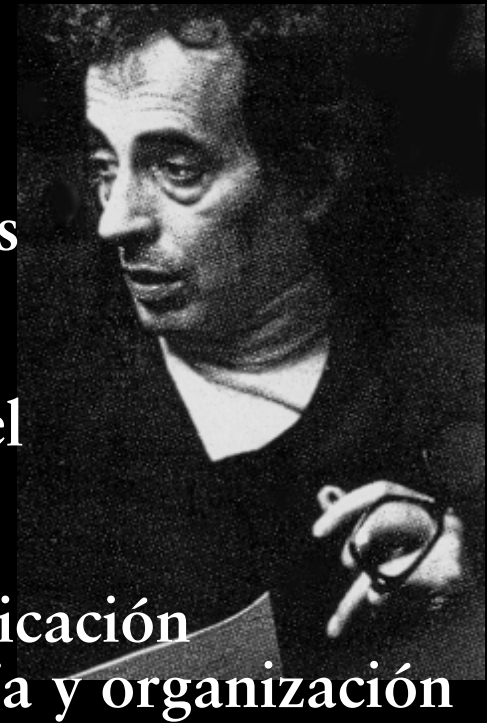
- 1.- Asegurarse de que es entendida toda la problemática
- 2.- Pedir al cliente la información adicional relevante (estudios de mercado, documentación técnica, etc)
- 3.- Discusión en la Agencia cara a hacer el Contrabriefing



**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”

