

# TALLER



## effie AWARDS MÉXICO

2 June, 2022

GAME CHANGERS



# TEMA 3. LA SEGMENTACIÓN / TARGET A QUIÉN LE ESTAMOS HABLANDO

**1B. Defina el target que estaba tratando de alcanzar. ¿Por qué esta audiencia es importante para el crecimiento del negocio y de su marca?**

(Máximo: 200 palabras; 3 gráficos)

## Consejos Effie

- Describa su(s) audiencia(s) utilizando datos demográficos, culturales, comportamientos de los medios, etc.
- Explique si su target era una audiencia actual, una nueva o ambas.
- ¿Qué percepciones, actitudes o comportamientos intenta afectar o cambiar?

3.1 Descripción del público objetivo al que se quiere llegar: No la categoría, no la comunicación, es sobre el esfuerzo de comunicación.

3.2 Relevancia de la audiencia para la marca y el reto: Digital vs offline media

3.3 Comportamiento y relación del target con los medios

# TEMA 4. LOS RESULTADOS VS EFECTIVIDAD

## Orden de Relevancia de fuentes de resultados

1. Ventas Valor, profitability, leyes
2. Ventas Unidades,
3. SOM, retention rate (with \$), churn with \$, cross selling
4. Métricas de Consumidor: Share of wallet, adoption, equity, used most often, engagement, atributo, frecuencia de compra, etc. Cultural change
5. Métricas de Medios: Impresiones, views, shares, likes, retweets, clicks, fans, etc.

## Checklist de Resultados Efectivos

- Imparcialidad de la fuente
- Menos es más: pensar que los puntos a enfatizar son como los tweets de 140 caracteres
- Dar un contexto: Antes del esfuerzo, tendencia, detonador del esfuerzo y compararlo vs inversión, vs grupo control, vs crecimiento de la categoría, del segmento, vs otros lanzamientos, vs referencias para el jurado
- Las metas varían de acuerdo al contexto y categoría inscrita; No al resultado! /(ROI)
- Como está asociado al esfuerzo de comunicación
- Ligado a los objetivos
- Cuidado con las métricas aisladas: reach and frequency