



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

CASO PRÁCTICO CENTRAL DE MEDIOS PROPUESTA DE ACCIÓN INTERNACIONAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ALTO IMPACTO Y ALCANCE.

OBJETIVO GENERAL

Cerrar la brecha entre la percepción y la realidad para contribuir al posicionamiento de Colombia en el mundo como un proveedor de bienes y servicios de alta calidad, como un destino turístico de talla de internacional y como destino ideal para la inversión extranjera directa.

Objetivos específicos

- Posicionar a Colombia en mercados donde el top of mind del país es bajo
- Generar leads y trafico asociados a la oferta de bienes y servicios colombianos entre segmentos especializados
- Certificar un número de turistas internacionales gracias a las acciones de medios
- Promocionar a Colombia como un destino ideal para la inversión extranjera directa.

ANTECEDENTES

Durante los últimos 8 años de forma continua se ha trabajado en la promoción de Colombia en el ámbito internacional a través de diferentes campañas de mercadeo. Estas acciones y esfuerzo han permitido el posicionamiento y la recordación de nuestro país en turismo internacional, inversión extranjera directa, exportaciones no tradicionales y marca país.

Históricamente nuestras acciones de posicionamiento de Colombia se han mantenido con campañas de promoción con inversiones moderadas en tiempo prolongados.

Las campañas publicitarias mejoran el reconocimiento y el involucramiento de las personas con las marcas, de esta forma hemos ganamos espacios en la mente de los diferentes segmentos de interés. Por ello es importante continuar con el seguimiento en medios para mantener y consolidar los diferentes niveles de intención en nuestros públicos objetivo.

Cualquier acción estratégica de promoción internacional que plantee la entidad debe estar articulada con los lineamientos ministeriales y presidenciales.

Se han realizado acciones en medios digitales, televisión (cable), OOH (out of home), impresos y demás medios alternativos.





PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

REQUERIMIENTO

Se han realizado grandes esfuerzos desde todos los frentes de la entidad para posicionar la oferta de servicios y destinos turísticos, posicionar de la oferta exportable colombiana y mostrar a Colombia como un destino ideal para la inversión extranjera directa.

Se solicita presentar una estrategia de medios de alcance internacional que promocióne a Colombia como país y que a la vez cumpla con los objetivos comerciales de los diferentes ejes de negocio de la entidad.

QUÉ SE DEBE CONSIDERAR

- Garantizar que los medios seleccionados cubran los mercados objetivo-planteados por ProColombia
- Evidenciar las alianzas mediáticas donde sea visible su aporte extra en divulgación más allá de la inversión.
- Optimización de recursos técnicos y presupuestales, máximo alcance con la mínima inversión.
- Determinar mensaje y enfoque a comunicar de acuerdo al posicionamiento de Colombia en cada uno de los mercados objetivo.

MERCADOS OBJETIVO

- Corea - Japón
- Alemania – España - Francia
- Canada - Estados Unidos - México
- Brasil - Chile - Perú

PÚBLICOS OBJETIVO

AUDIENCIAS INTERNACIONALES

- Público internacional que encuentra interés en conocer nuevas culturas, en explorar nuevos lugares, en invertir en destinos emergentes o en probar y conocer productos diferentes a los que habitualmente utiliza.
- Público profesional tomadores de decisión pertenecientes a distribuidores/mayoristas de sectores como: alimentos frescos y procesados, prendas de vestir e insumos textiles, manufacturas, productos químicos y belleza y servicios.
- Tomadores de decisión de empresas internacionales interesados proyectos de inversión
- Turistas internacionales con mediana y alta intención de viaje en los países objetivo





PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

CONSIDERACIONES

- Alinear la comunicación bajo la sombrilla de país que es Colombia CO
- Análisis de mercados clave para comprender el grado de madurez de Colombia en cada uno de ellos.
- Propuesta conceptual que envuelva la estrategia
- Estrategia basada en KPI's y metas de cumplimiento asociados a cada objetivo y sustentados en el análisis de tendencias y mercados.
- Cubrir todos los mercados objetivo propuestos, mas sin embargo no necesariamente todas las acciones se deben llevar a cabo en cada uno.
- No necesariamente la propuesta de medios debe mantenerse activa durante todo el tiempo de ejecución sugerido, por ello se solicita una propuesta con el calendario de acciones.
- Evidenciar las acciones de producción, generación de contenidos y acompañamiento (alianzas con medios que se comporten como socios) que nos ofrezcan valores agregados.

ENTREGABLES*

- Una presentación que sustente la estrategia y que contenga la argumentación junto con cada uno de los puntos clave a tener en cuenta.
- Cronograma de la acción junto con su explicación, en caso de necesitarla.
- Cuadro con distribución de la inversión propuesta junto con su explicación, en caso de necesitarla (No se admiten recomendaciones que no se puedan cubrir con el presupuesto entregado)

PRESUPUESTO

Ocho Mil Millones de Pesos M/Cte. (\$ 8.000.000.000)

TIEMPO DE EJECUCIÓN

Doce (12) meses de duración