



CLIENTE: Cine Colombia
MARCA: Cine Colombia
PROYECTO: Reciclaje

<p>PUNTO DE PARTIDA</p> <p>Descripción de la marca o servicio Cuál es la principal promesa de valor y/o el mensaje que quiere promover</p>	<p>Cine Colombia es una de las empresas de entretenimiento más grandes del país y la más reconocida en proyección de cine comercial y alternativo con salas de cine a lo largo del país y salas móviles en lugares apartados llevando el séptimo arte a todos los colombianos.</p> <p>Dentro de su programa de sostenibilidad CINECO ECOLÓGICO, Cine Colombia busca promover el correcto reciclaje de las 600 toneladas de residuos que se genera aproximadamente de las cuales el 84% es material reciclable.</p> <p>Los esfuerzos de Cineco Ecológico han sido fructíferos y avalados por el Ministerio del medio Ambiente, sin embargo están buscando renovar su estrategia con una nueva campaña de reciclaje actualizada y 360 con un tono que invite a todas las generaciones a tomar conciencia sobre el reciclaje.</p>
<p>Percepción actual de marca o servicio ¿Qué piensan actualmente las personas que eligen la marca o utilizan el servicio? ¿Por qué los prefieren? Reacción de las personas con relación al precio...</p>	<p>Actualmente tenemos contenido audiovisual que se proyecta en las salas y en redes sociales invitando a las personas a depositar sus residuos como vasos y baldes en el lugar adecuado, sin embargo consideramos que el porcentaje del correcto depósito puede aumentar y el mensaje puede ir más allá de las salas de cine; queremos una campaña que genere conciencia a nivel nacional y no solo en las salas.</p>
<p>Presencia de la marca en el mundo digital Redes, página o espacios a través de los cuales se hace la comunicación.</p>	<p>www.cinecolombia.com @cinecolombia</p>



<p>Target (No quién es sino cómo es) ¿A quién debe dirigirse la comunicación? ¿Quiénes los prefieren? ¿Quiénes y por qué los recomendarían?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción demográfica • Descripción psicográfica 	<p>El Target de Cine Colombia es bastante amplio ya que tenemos proyección de películas para personas de todas las edades, pero el foco de campaña va a estar dirigido a personas mayores de 13 años que entienden y asumen el reciclaje como un deber.</p>
<p>Objetivo de Mercadeo Qué punto en términos numéricos desea alcanzar la marca después de la estrategia a corto plazo</p>	<p>Mejorar las cifras de aprovechamiento y correcto uso de los residuos generados por los clientes de Cine Colombia en todo el país.</p>
<p>Objetivo de la comunicación EFECTO DESEADO EN LAS PERSONAS DESPUÉS DE LA CAMPAÑA ¿Qué queremos que piensen las personas después de la publicidad?</p>	<p>Que Cine Colombia sea reconocida como una empresa comprometida con el medio ambiente que promueve el aprovechamiento de recursos responsable.</p>
<p>Trabajo a realizar / Medios ¿Qué espera recibir por parte de los estudiantes?</p>	<p>Crear una campaña de comunicación con punto de partida digital y aterrizaje en pdv que promueva la correcta clasificación de residuos dentro de las salas de cine y que tenga un mensaje tan poderoso que aun fuera de las salas todos entendamos la importancia del reciclaje.</p> <p>Podemos proponer una campaña 360 con activaciones y medios tradicionales siempre y cuando el foco y punto de partida sea en digital.</p>