

INTER RED

Servicio Internet

PLAN ESTRATEGICO DE MEDIOS

Julio - Diciembre 1.997

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

JUNIO DE 1.997

INTER RED

1. PERÍODO PUBLICITARIO

La actividad publicitaria se encuentra programada para el período comprendido entre el 1 Julio al 15 de Diciembre del año 1.997.

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

2. PRESUPUESTO PUBLICITARIO

El presupuesto publicitario programado para el período señalado asciende aproximadamente a los \$ 190.000.000.

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

3. *GRUPO OBJETIVO*

- El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres habitantes de las principales ciudades del país , divididos así :

Primario : Entidades y Empresas (Enlaces Dedicados)
Secundario : Padres de familia y estudiantes de las principales ciudades del país (Enlaces Conmutados)

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

4. AREAS GEOGRÁFICAS Y/O REGIONALIZACIÓN

Los medios escogidos para el desarrollo de la pauta son los que tienen influencia directa en las regiones donde existe presencia de Inter Red .

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

5. OBJETIVO DE MEDIOS

- Informar y preparar a nuestro grupo objetivo sobre el nuevo servicio de Internet y sus ventajas competitivas frente a los demás servicios de la categoría .
- Mantener presencia importante durante el período de la campaña.
- Estar en los niveles de Ruido Publicitario necesarios para que la campaña cumpla con los objetivos previstos en el lapso de tiempo programado.
- Distribuir esfuerzos presupuestales en aquellos medios que logren rápida cobertura, que tengan altísima penetración en el Target y brinden credibilidad en sus contenidos informativos .

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

6. *ESTRATEGIA DE MEDIOS*

Se tendrán dos etapas a lo largo de el período publicitario :

1. Lanzamiento : Comprende los 2 primeros meses de la campaña , Julio - Agosto de 1.997 .

2. Etapa de sostenimiento: comprende la actividad publicitaria durante el período Septiembre - Diciembre .

Se empleará la Radio y la prensa como medios principales y como medio de apoyo contaremos con las Revistas .

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

6.1. RADIO

La radio servirá como medio Principal para impactar y crear recordación en nuestro grupo objetivo, gracias a su alta penetración.

Por sus programas especiales (noticieros) y su tipo de programación la radio es selectiva , esto es , se dirige hacia oyentes específicos.

Debido a su movilidad , la radio puede escucharse a cualquier hora y en todo lugar , lo cual es imposible de lograr con los demas medios .

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

6.2. *MEDIOS IMPRESOS*

Comunican ampliamente el concepto e ideas de la campaña publicitaria y garantizan mayor permanencia física del mensaje, además de una alta flexibilidad geográfica.

En los medios impresos se selecciona al lector mediante la utilización de páginas especiales o revistas especializadas.

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

7. TÁCTICA DE MEDIOS

7.1. RADIO

Tendremos pauta del 1 de Julio a Diciembre , Duracion 20 segundos en programación a nivel local de tipo noticioso (Radio Sucesos y La FM) y Musical (La Mega)

Especificaciones:

- Ubicacion en horarios especiales.
- Prescencia en programación según entorno social, político y/o Económico.

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

7.2. MEDIOS IMPRESOS

- PRENSA

Se tendrá presencia publicitaria en los principales diarios de las ciudades donde existe presencia de Inter Red , con avisos de tamaño 6 columnas por 12 centímetros , en Bicolor para El Tiempo , El Colombiano y El pais , y 4 coles por 10 centímetros en bicolor para los demás periodicos , la totalidad de los avisos en paginas de informatica y/o especial .

Existira una pauta adicional segun la disponibilidad de presupuesto , para la totalidad de los periodicos , tamaño 2 columnas por 12 centímetros en bicolor .

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

7.2. MEDIOS IMPRESOS (2)

- REVISTAS

Se pautará en revistas de circulación nacional como Semana , Fenalco y Clase empresarial , Tamaño 1/2 pagina Bicolor .

Especificaciones:

- Solicitud de las mejores posiciones.
- Presencia en separatas especiales que estén dirigidas a nuestro grupo objetivo.

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A

INTER RED

8. RESUMEN DE INVERSIÓN JULIO 1 - DICIEMBRE 15 /97

MEDIO	INVERSIÓN
RADIO	76,641,471
PRENSA N.1	74,541,000
PRENSA N.2	14,049,840
REVISTAS	24,968,000
TOTAL	190,200,311

M & L ASESORES DE MEDIOS S.A