

RESPUESTA A OBSERVACIONES ESTUDIO DE MERCADO No. 005 PLAN ESTRATEGICO DE MERCADEO 2022

PREGUNTA	RESPUESTA
<p>Cuando dicen: "Desarrollar propuesta de imagen corporativa sin modificar estructuralmente el imogotipo actual", se refieren a aplicar la referencia de los 30 años al imogotipo en uso, y a partir de ahí desarrollar el manual de identidad?</p>	<p>Así es, la idea es hacer una propuesta de "oxigenación" o "refrescar" la identidad de la marca, manteniendo como tal la estructura de nuestro imogotipo. Ejemplo Lo que hizo servientrega que tuvo un cambio de tonalidad de verde y una un ajuste a su tipografía sin que haya sido algo estructural. Esto es con el fin de no generar gastos por implementación en uniformes, oficinas, camionetas etc.,</p>
<p>Para el punto: "Planeación, desarrollo de material audiovisual (video) corporativo de ColvateL donde se represente los 30 años de ColvateL, promesas y propuesta de valor, y contenido propuesto por la agencia con el fin de contribuir al posicionamiento de la marca a través de este contenido", ¿Contemplan una producción que incluya rodaje?</p>	<p>Si, y es posible y se cuenta con disponibilidad de las locaciones para el rodaje. Se debe especificar que metodología de generación de multimedia se aplicara, rodaje, animación etc.,</p>
<p>¿Esperan una cotización de todo el proyecto como un solo entregable o de un fee mensual con un equipo dedicado mensualmente a la marca (que puede estar dividido entre unos meses de set up y unos meses de mantenimiento. ¿Si es así cuantos meses de mantenimiento esperan o los podemos proponer)?</p>	<p>Cotización de todo el proyecto y la agencia plantea la opción de pago según conveniencia.</p>
<p>-Tiempo en el cual se debe ejecutar la campaña?</p>	<p>1 de junio a 31 de diciembre de 2022</p>
<p>-Cuáles son las redes sociales en las que actualmente maneja ColvateL?</p>	<p>Solo linkedin y canal propio pagina web</p>
<p>-Se debe desarrollar y ajustar la imagen corporativa incluyendo piezas?</p>	<p>Si, la piezas nuevas que se vayan a subir en las redes sociales, referente a soluciones y productos. Las de reclutamiento y procesos no. Esto sujeto a una parrilla programática de comunicación propuesta en el periodo definido en el punto 1</p>

FIN DE LAS OBSERVACIONES