

LA PREVISORA S.A. COMPAÑÍA DE SEGUROS
VICEPRESIDENCIA COMERCIAL
OFICINA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

INVITACION ABIERTA No 06 DE 2022
PROPUESTA ESTRATEGICA DE MARCA

Critero a Calificar	Descripcion de los items a calificar	Rango de Puntuación (o min a mayor numero max)	Puntaje a Obtener
5.1.1. Desarrollar el planteamiento estratégico de marca.	La estrategia presentada cumple con los objetivos de comunicación establecidos en el brief.	30	150
	La propuesta conceptual es creativa.	30	
	El tono de comunicación utilizado para la campaña es adecuado para Previsora Seguros.	25	
	La estrategia propuesta es sostenible a largo plazo y esta alineada al Plan Estratégico de Previsora Seguros	25	
	El mensaje utilizado para transmitir el concepto es claro y efectivo.	25	
	La estrategia muestra un conocimiento de la categoría de seguros	25	
5.1.2. Desarrollar el concepto creativo, propuesta de campaña de marca, concepto visual (KV).	La línea grafica es visualmente atractiva y se ajusta a la forma de comunicación de la marca.	50	150
	Los elementos de la imagen corporativa estan aplicados adecuadamente.	50	
	La línea grafica es relevante de cara al mercado asegurador con el fin de generar un impacto sobresaliente en los potenciales clientes.	50	
5.1.3. Desarrollar un video manifesto con el fin de conceptualizar la campaña de marca.	El video logra narrar (por denotacion y connotacion) el objetivo y necesidades que se desarrollaron en el brief.	80	70
5.1.4. Proponer un plan de comunicación orgánico en los activos digitales para las diferentes audiencias de la compañía. Intranet y	La estrategia planteada se ejecuta en cada uno de los canales internos y externos.	33	55
	La implementación del tono y forma de comunicación es el adecuado.	32	
5.1.5. Proponer un plan de medios (3 meses) para el desarrollo del concepto estratégico de marca, con una inversión de CIENTO MILLONES DE PESOS Sin IVA (\$ 100.000.000).	La estrategia esta planteada de acuerdo con los segmento foco de la compañía.	22	55
	Los medios propuestos son acordes con lo planteado en la campaña de marca.	22	
	Los medios propuestos se complementa de manera adecuada para comunicar el mensaje y lograr los objetivos	21	
5.1.6. Piezas de la campaña (referencias visuales):	1 mail para intermediarios de seguros / La pieza adapta el kv sugerido y es acorde con el tono y manera de comunicar a la audiencia.	6	30
	1 mail para funcionarios / La pieza adapta el kv sugerido y es acorde con el tono y manera de comunicar a la audiencia.	8	
	1 mail para clientes / La pieza adapta el kv sugerido y es acorde con el tono y manera de comunicar a la audiencia.	8	
	1 post para redes sociales / La pieza adapta el kv sugerido y es acorde con el tono y manera de comunicar a la audiencia.	8	
	1 cuña radial (producida) / la pieza comunica el mensaje adecuado planteado en la campaña estratégica y su tono y manera es adecuado.	8	
TOTAL			510