

PLANNING

la idea antes de la idea

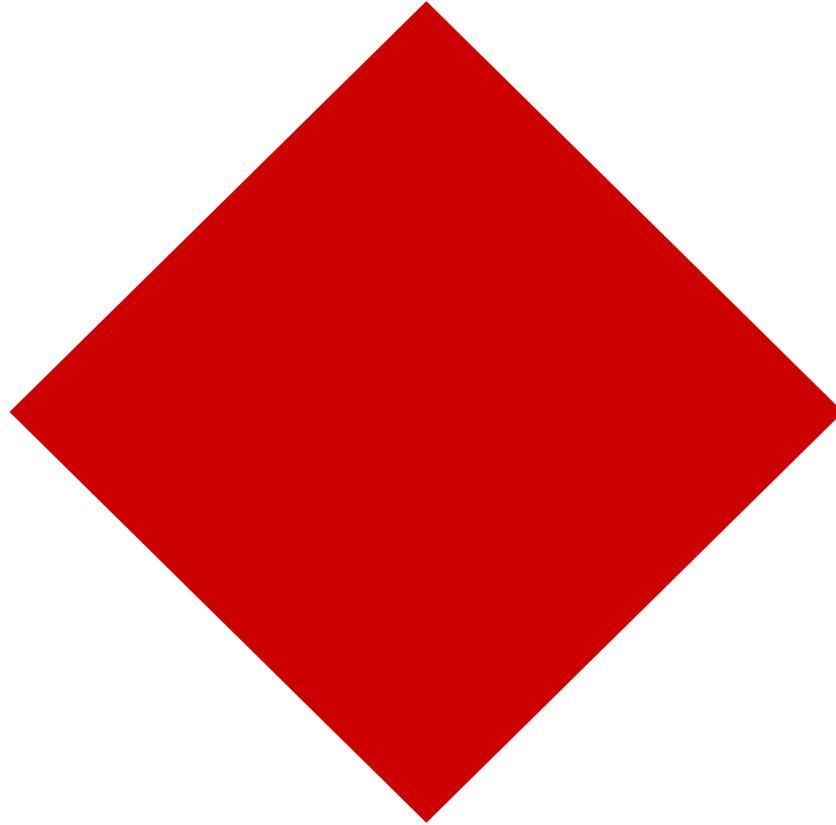
¿QUÉ HACEMOS
LOS PLANNERS?

CREACIÓN

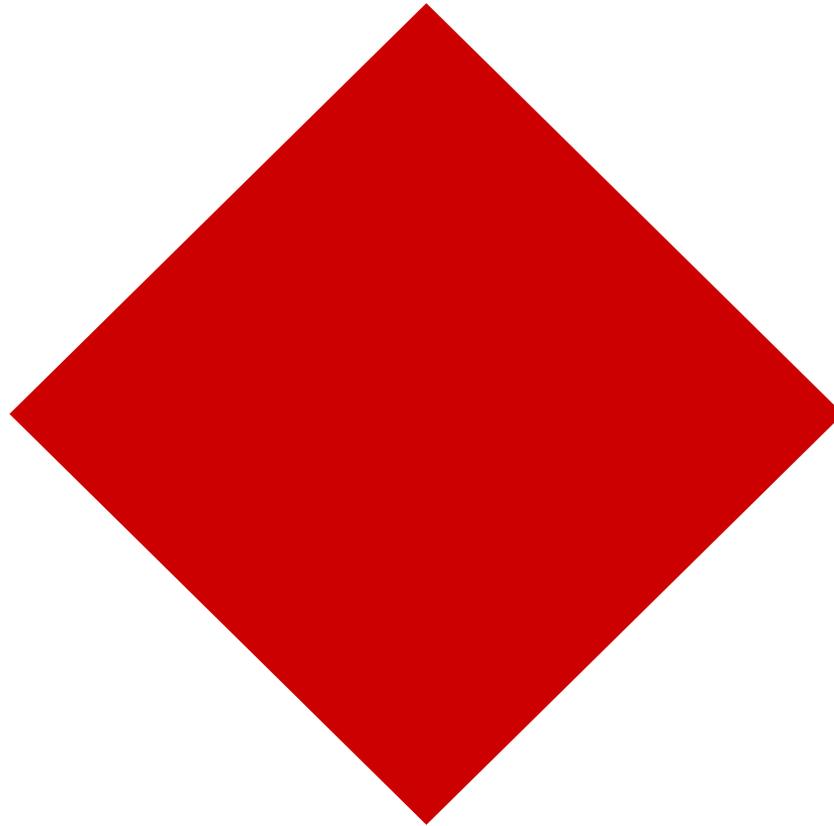
CUENTAS

PLANNING

CANALES



Hace que la comunicación sea
MEMORABLE



Hace que la
comunicación
OCURRA

Hace que la
comunicación
FUNCIONE

Hace que la comunicación
LLEGUE a las personas

“Ser valorados
por aquellos que
más valoran a sus
MARCAS”

David Ogilvy



“Lo importante no es tener muchas ideas, sino la idea oportuna en cada caso.”

Juan Zorrilla de San Martín

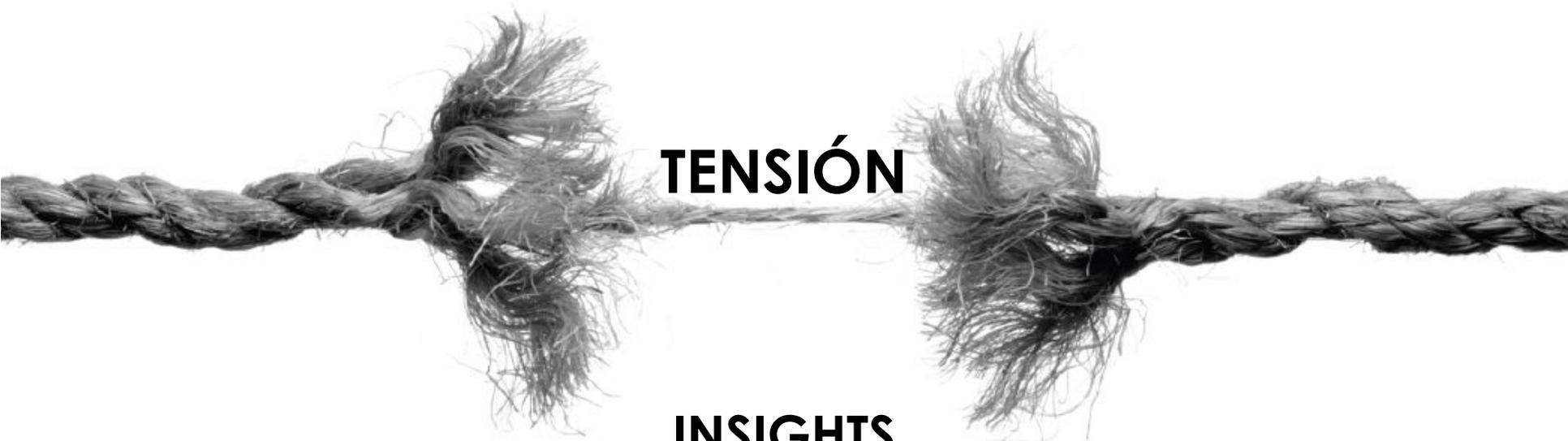
MARCAS

CULTURA

TENSIÓN

INSIGHTS

BIG IDEALS



Generamos "eso" para que los creativos puedan genera "esas" ideas.



¿CÓMO LO HACEMOS?

“INVESTIGAR es
ver lo que todo
el mundo ha
visto, y pensar lo
que nadie más
ha pensado”

Albert Szent Gyorgi



- Mirando el mundo
- Conectando realidades
- Entendiendo al consumidor
- Detectando oportunidades
- Interactuando con la gente
- Estudiando la cultura

pero, principalmente...

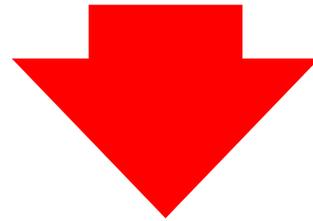
“Lo importante es no dejar de
hacerse preguntas”

A. Einstein

8 preguntas clave

- ¿Por qué está este brief?
- ¿A quién estamos tratando de influenciar?
- ¿Qué queremos que **HAGA** la gente como resultado de la comunicación?
- ¿Cómo esperamos que funcione la comunicación para lograr esto?
- ¿Qué estamos tratando de transmitir?
- ¿Qué va a ayudar a la gente a **SABER** esto?
- ¿Qué va a ayudar a la gente a **SENTIR** esto?
- ¿Cómo vamos a saber que la campaña fue exitosa?

LA IDEA ANTES DE LA IDEA



concepto estratégico



Martin Luther King Jr.

...los problematicos.

Las personas que son suficientemente locas como para pensar que pueden cambiar al mundo, son las que lo hacen.





Te voy a hacer algunas preguntas sobre la persona que has conocido antes

Dove cree que el mundo puede ser mejor si se les permite a las mujeres sentirse bien acerca de ellas mismas.





Descubrí la belleza
que los estereotipos
no te dejan ver

 pro·age | *Dove*

La belleza no tiene límite de edad

PATRICIA cree que el mundo puede ser mejor si la gente valorara la esencia por sobre la forma.



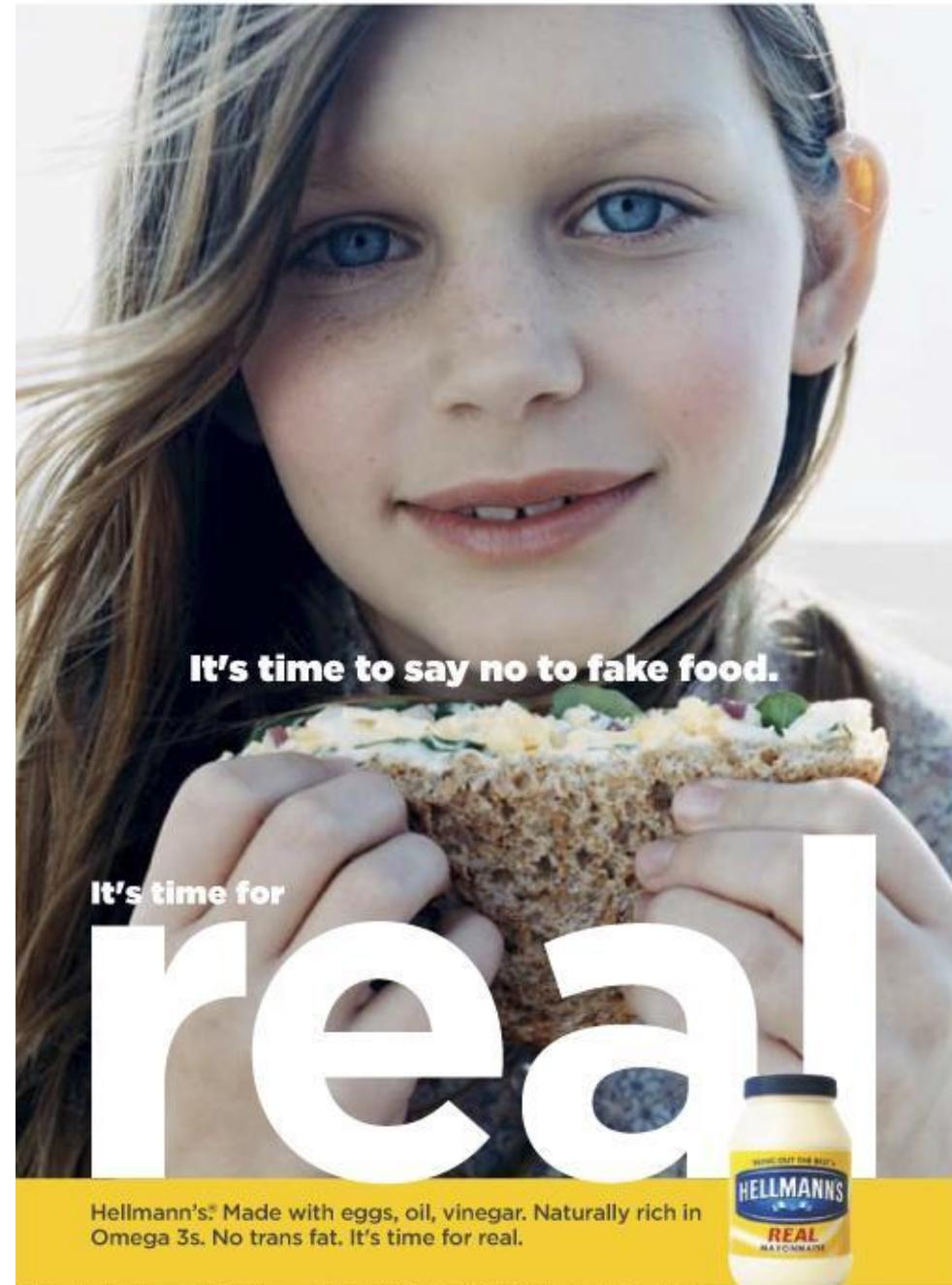
CANARIAS cree que los uruguayos encontramos en el mate un símbolo de identidad que nos representa y diferencia.



SANTANDER cree
que las ideas pueden mover el mundo.



Comer bien hoy se trata de conseguir alimentos elaborados y condimentados de manera simple, sabrosa y REAL.



It's time to say no to fake food.

It's time for

real

Hellmann's® Made with eggs, oil, vinegar. Naturally rich in Omega 3s. No trans fat. It's time for real.



Honestidad brutal: los chicos quieren que les digan las cosas tal cual son. SPRITE te dice las cosas como son.



AXE cree que los hombres serían más felices si obtuvieran la fórmula para tener sexo muy, pero muy fácil.



el efecto AXE

**“Las ideas no
duran mucho.
Hay que hacer
algo con ellas”**

Santiago Ramón y Cajal

:)