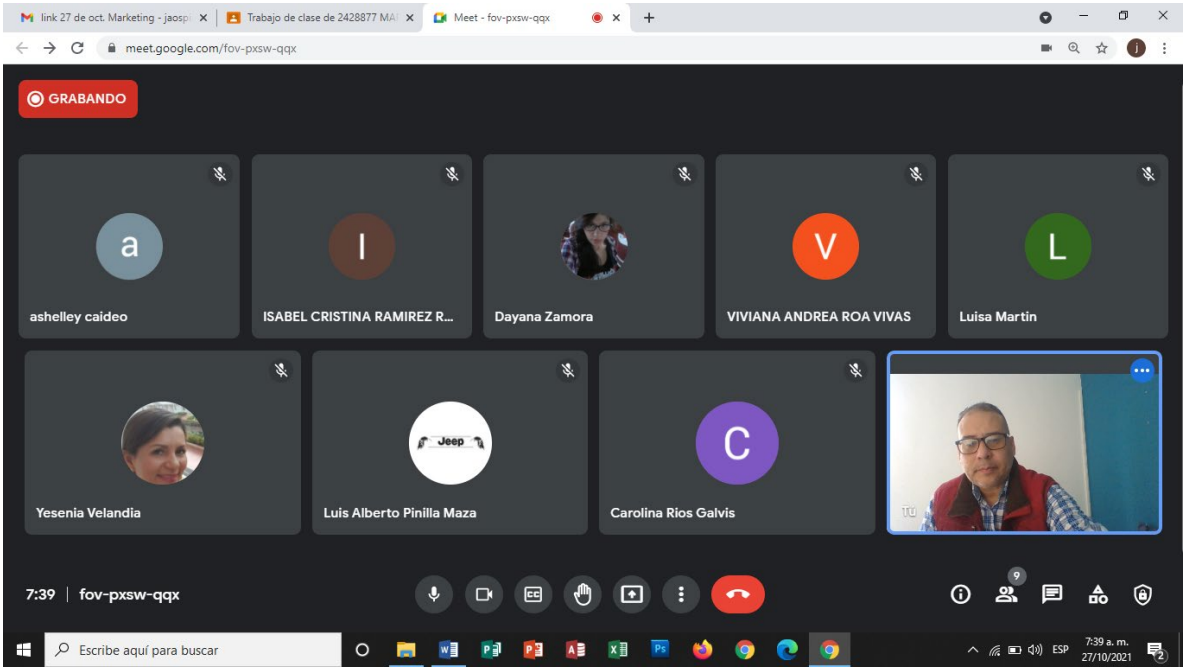
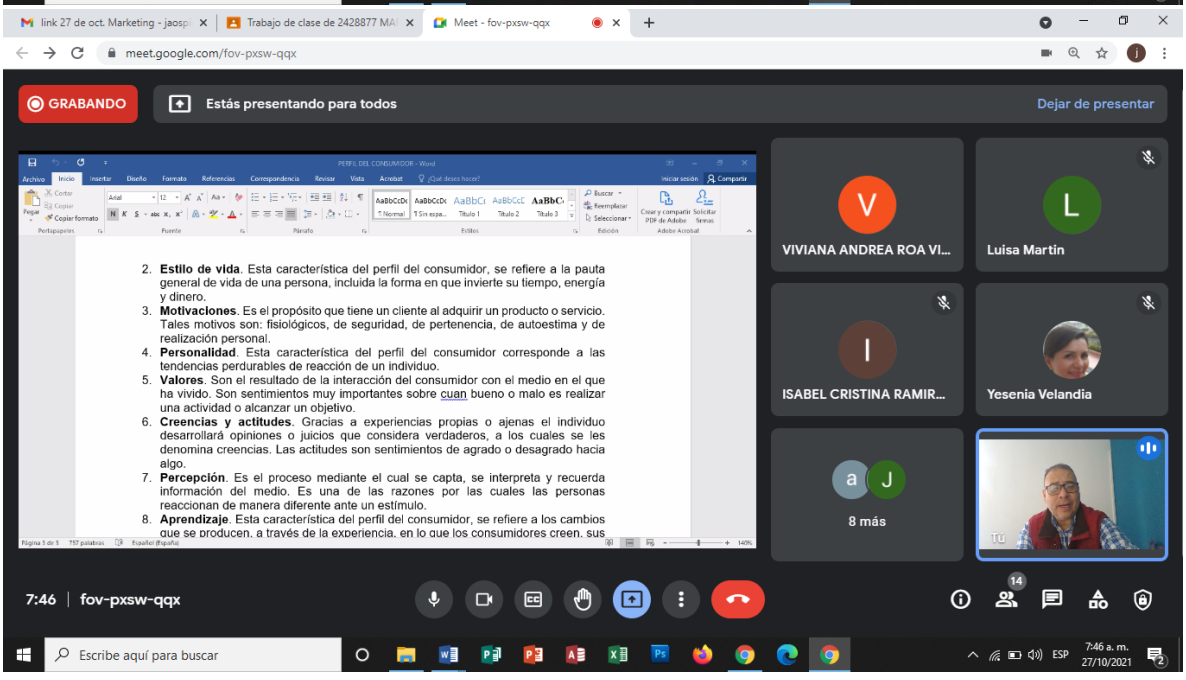
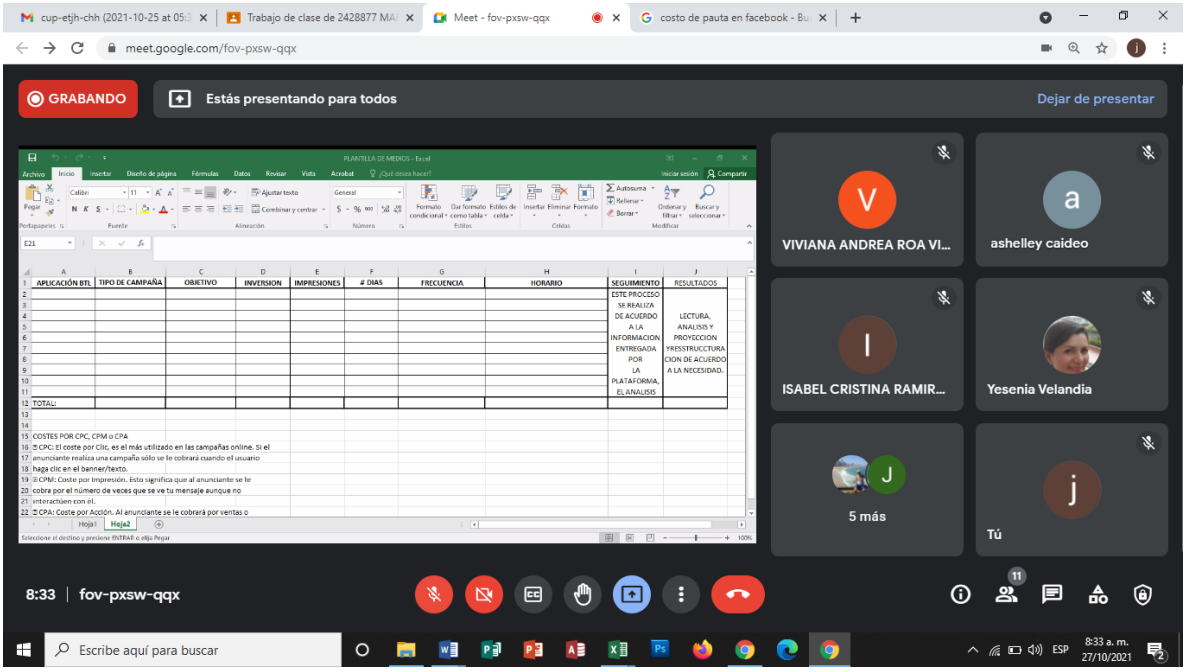

GRABANDO
ashelley caideo
ISABEL CRISTINA RAMIREZ R...
Dayana Zamora
VIVIANA ANDREA ROA VIVAS
Luisa Martin
Yesenia Velandia
Luis Alberto Pinilla Maza
Carolina Rios Galvis
TÚ
7:39 | fov-pxsw-qqx
Escribe aquí para buscar
7:39 a. m.
27/10/2021


GRABANDO
Estás presentando para todos
Dejar de presentar
2. Estilo de vida. Esta característica del perfil del consumidor, se refiere a la pauta general de vida de una persona, incluida la forma en que invierte su tiempo, energía y dinero.
3. Motivaciones. Es el propósito que tiene un cliente al adquirir un producto o servicio. Tales motivos son: fisiológicos, de seguridad, de pertenencia, de autoestima y de realización personal.
4. Personalidad. Esta característica del perfil del consumidor corresponde a las tendencias perdurables de reacción de un individuo.
5. Valores. Son el resultado de la interacción del consumidor con el medio en el que ha vivido. Son sentimientos muy importantes sobre cuan bueno o malo es realizar una actividad o alcanzar un objetivo.
6. Creencias y actitudes. Gracias a experiencias propias o ajenas el individuo desarrollará opiniones o juicios que considera verdaderos, a los cuales se les denomina creencias. Las actitudes son sentimientos de agrado o desagrado hacia algo.
7. Percepción. Es el proceso mediante el cual se capta, se interpreta y recuerda información del medio. Es una de las razones por las cuales las personas reaccionan de manera diferente ante un estímulo.
8. Aprendizaje. Esta característica del perfil del consumidor, se refiere a los cambios que se producen, a través de la experiencia, en lo que los consumidores creen, sus
VIVIANA ANDREA ROA VI...
Luisa Martin
ISABEL CRISTINA RAMIR...
Yesenia Velandia
8 más
TÚ
7:46 | fov-pxsw-qqx
Escribe aquí para buscar
7:46 a. m.
27/10/2021


meet.google.com/fov-pxsw-qqx
GRABANDO
Estás presentando para todos
Dejar de presentar
PLANTILLA DE MEDIOS - Excel
APLICACIÓN BTL
TIPO DE CAMPAÑA
OBJETIVO
INVERSION
IMPRESIONES
DIAS
FRECUENCIA
HORARIO
SEGUIMIENTO
RESULTADOS
ESTE PROCESO SE REALIZA DE ACUERDO A LA INFORMACION ENTREGADA POR LA PLATAFORMA, EL ANALISIS
LECTURA, ANALISIS Y PROYECCION YRESSTRUCCTURACION DE ACUERDO A LA NECESIDAD.
TOTAL:
COSTES POR CPC, CPM o CPA
CPC: El coste por Clic, es el más utilizado en las campañas online. Si el anunciante realiza una campaña sólo se le cobrará cuando el usuario haga clic en el banner/texto.
CPM: Coste por Impresión. Esto significa que al anunciante se le cobra por el número de veces que se ve tu mensaje aunque no interactúen con él.
CPA: Coste por Acción. Al anunciante se le cobrará por ventas o
Hoja1
Hoja2
VIVIANA ANDREA ROA VI...
ashelley caideo
ISABEL CRISTINA RAMIR...
Yesenia Velandia
5 más
Tú
8:33 | fov-pxsw-qqx
Escribe aquí para buscar
ESP
8:33 a. m.
27/10/2021