

CAMPAÑA: EL VALOR DE LA COMUNICACIÓN

ANUNCIANTE: ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD DE BIZKAIA

CONTEXTO

La Asociación de Agencias de Publicidad de Bizkaia fue creada en 1996 de la mano de una treintena de empresas de publicidad con la finalidad de: dignificar nuestro colectivo; mejorar las relaciones con las instituciones y los medios de comunicación; potenciar la calidad del trabajo de sus componentes y servir de orientación a las empresas del sector de nueva creación.

En la Asociación tienen cabida todas las empresas del sector que ejercen actividades ligadas a la estrategia de creación publicitaria, con independencia de su tamaño, tipología o grado de especialización de servicios. Un colectivo independiente que ha sabido equilibrar la competencia "leal" entre sus miembros y las relaciones con clientes, medios de comunicación y resto de los agentes socios económicos.

No corren los mejores tiempos para la publicidad. Desde el inicio de la crisis económica en 2008 la inversión publicitaria ha caído en picado. Desde 2007 (último año de bonanza económica) hasta ahora, el mercado publicitario se ha contraído un 48,8% a nivel estatal. No obstante, esa tendencia parece haberse revertido, ya que el informe i2p (Índice de inversión publicitaria), elaborado por Media Hotline y Arce Media, ratifica la evolución positiva de la inversión publicitaria durante 2014 y, lo que es más importante, anuncia buenas previsiones para este año, en el que se espera un crecimiento del 5,8%. Se vaticina que los ingresos publicitarios de todos los medios convencionales aumentarán durante el 2015, exceptuando los Dominicales, que caerán un 1%.

En este contexto, la Asociación de Agencias de Publicidad de Bizkaia considera que es el momento idóneo para lanzar una campaña conjunta que ponga de relieve el valor de la buena comunicación y la profesionalidad. Al igual que para las personas comunicarse es un proceso vital, la calidad de los procesos comunicativos puede condicionar el devenir y resultados las organizaciones. Mediante esta campaña se quiere promover el valor estratégico de la comunicación como agente que es capaz de generar valor añadido para empresas, organizaciones e instituciones.

PÚBLICO OBJETIVO

Personas con responsabilidad en empresas, organizaciones e instituciones

POSICIONAMIENTO DESEADO

La comunicación es un aspecto fundamental para las organizaciones. Comunicar bien es importante para conseguir cualquier objetivo.

MENSAJES PRIORITARIOS

La comunicación aporta valor a las empresas; el éxito o fracaso de estas también depende de la comunicación.

PIEZAS / SOPORTES

Una gráfica bilingüe para publicar a página completa en prensa. El formato de diseño propuesta es Din A3.

TONO Y ESTILO

Un tono fresco y desenfadado, que no parezca aleccionador y al mismo tiempo demuestre la capacidad creativa de las agencias de publicidad.

TIMING

Para entregar antes del 20 de noviembre de 2015

KANPAINA: KOMUNIKAZIOAREN BALIOA

IRAGARLEA: BIZKAIKO PUBLIZITATE AGENTZIEN ELKARTEA

TESTUINGURUA

Bizkaiko Publizitate Agentzien Elkarteak 1996 urtean sortu zuten hogeita hamar bat enpresek honako helburuekin: lanbidea duintzea; erakunde eta hedabideekin harremanak hobetzea; kideen artean lanaren kalitatea indartzea eta sektorean sortutako enpresa berriei orientabidea eskaintzea. Elkartean tokia dute publizitate-sorkuntzaren estrategian jarduten diren enpresa guztiek, edozein delarik ere beren tamaina, tipologia edo zerbitzuen espezializazio-neurria. Talde independentea da, eta ondo jakin du nola topatu oreka kideen arteko kompetentzia "leialean" eta bezero, hedabide eta gainerako eragile ekonomikoekiko harremanetan.

Publizitateak ez du berealdiko garairik bizi. Publizitate-inbertsioa amildu egin da 2008an krisi ekonomikoa hasi zenetik. 2007tik (oparaldi ekonomikoren azken urtea) gaurdaino, publizitate-merkatua %48,8 uzkurdu da estatu mailan. Hala ere, badirudi joera hori aldatuz doala, 2014 urteko publizitate-inbertsioaren garapen positiboa erakusten baitu Media Hotline eta Arce Mediak kaleratutako publizitate-inbertsioaren indizeak (i2p); eta, are garrantzitsuagoa izan daitekeena, aurtengo urte honetarako aurreikuspen onak egiten du, 2015ean % 5,8ko hazkundera espero baita ohiko komunikabide guztietan, igandekarietan salbu.

Testuinguru horretan, Bizkaiko Publizitate Agentzien Elkarteak uste du garai paregabea dela komunikazio onaren eta profesionaltasunaren balioa nabarmenduko dituen kanpaina plazaratzeko. Pertsonentzat komunikatzea ezinbestekoa den bezalaxe, erakundeen etorkizuna eta emaitzak baldintza ditzake komunikazio-prozeduren kalitateak. Kanpaina honen bidez komunikazioaren balio estrategikoa agerian utzi nahi da, enpresa, antolakunde eta erakundeek balio erantsia emateko gai den eragile gisa.

XEDE-TALDEA

Enpresa, antolakunde eta erakundeetan ardura edo kargua duten pertsonak

BILATUTAKO POSIZIONAMENDUA

Komunikazioa hil ala biziko alderdia da erakundeentzat. Ondo komunikatzea ezinbestekoa da edozein helburu erdiesteko.

LEHENTASUNEZKO MEZUAK

Komunikazioak balioa ematen die enpresei; beren arrakasta edo porrota komunikazioaren menpe ere badago.

ALEAK / EUSKARRIAK

Prentsan argitaratzeko orrialde osoko iragarki elebiduna. Proposatutako formatua Din A3 da.

TONOA ETA ESTILOA

Tonua alai eta atsegina behar du izan, ez du aginte edo lezio kutsurik izan behar; halaber, publizitate agentzien sormen gaitasuna erakutsi behar du.

EPEA

2015eko azaroak 20.