



# Mi Remesa BAC

## Lineamientos evento de lanzamiento

El amor trasciende distancias

**Documento confidencial. Para uso interno únicamente.**

Importante: Las imágenes utilizadas en este documento, son únicamente para fines ilustrativos. No deben usarse para propósitos de comunicación.

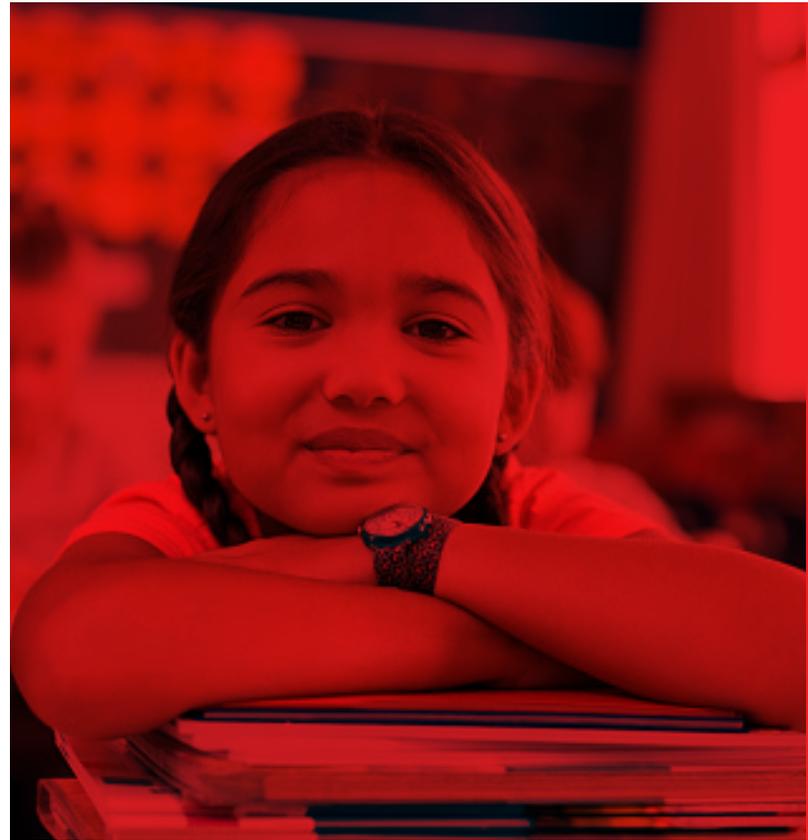


# Lineamientos evento de lanzamiento

## Introducción

BAC se ha posicionado como el banco más ágil y digital para resolver todas las necesidades de los clientes. Y con su respaldo, solidez y seguridad regional, es la plataforma sólida en que se basa la propuesta de éxito para el nuevo producto Mi Remesa BAC.

Estos lineamientos nos orientarán acerca de cómo realizar el evento de lanzamiento de Mi Remesa BAC, y proyectar una imagen regional unificada en torno al concepto central del mismo; el cual está fundamentado en la gran dosis emocional que hay detrás de cada ser humano que deja atrás su país, su familia y sus costumbres para ir en búsqueda de un cambio en la situación



financiera de aquellos de los que se separa físicamente, pero lleva consigo en su mente y su corazón. Ellos son su principal motivador para poner todo su esfuerzo y sacrificio en mejorarles la vida, desde donde esté.

El objetivo central de cada evento es reconocer ese esfuerzo, tanto del que migra como del que se queda, resaltando que no importa lo difícil que sea, esta persona que envía remesas lo hace por amor a sus familiares, y siempre tratará de ayudarlos a tener un futuro mejor..

# Product Event Concept BMW X5.

## Indice.

|                                       |           |  |           |
|---------------------------------------|-----------|--|-----------|
| <b>Acercamiento.</b>                  |           | <b>Fase 3. Presentación del auto.</b>          | <b>37</b> |
| <b>El auto.</b>                       | <b>4</b>  | Podio del auto/marcas de piso.                 | 38        |
| <b>Grupo objetivo.</b>                | <b>6</b>  | Podios de experiencia.                         | 39        |
| <b>Estrategia de la comunicación.</b> | <b>7</b>  | Develación del auto.                           | 40        |
| <b>Comunicación Integrada.</b>        | <b>8</b>  | Comunicación de la sustancia del producto.     | 41        |
| <br>                                  |           | <b>Fase 4. Declive.</b>                        | <b>43</b> |
| <b>Lema del evento.</b>               |           | Catering.                                      | 44        |
| <b>Derivación.</b>                    | <b>10</b> | Música.  | 45        |
| <b>Lema.</b>                          | <b>13</b> | Despedida.                                     | 46        |
| <b>Razón del por qué.</b>             | <b>14</b> | Evento de manejo.                              | 47        |
| <br>                                  |           | <b>Scalability.</b>                            |           |
| <b>Dramaturgia.</b>                   |           | <b>Introducción.</b>                           | <b>49</b> |
| Concepto en 4 fases.                  | 16        | <b>Aplicaciones.</b>                           | <b>50</b> |
| Localización.                         | 17        | <br>   |           |
| Invitación add-on.                    | 20        | <b>Apéndice.</b>                               |           |
| Banners Blow-up/al aire libre.        | 21        | <b>Material y colores.</b>                     | <b>54</b> |
| Efectos de iluminación.               | 22        | <b>Integración de las campañas.</b>            | <b>55</b> |
| Código de vestido.                    | 23        | <b>Bebida de bienvenida. Recetas.</b>          | <b>57</b> |
| <b>Fase 1. Bienvenida.</b>            | <b>24</b> | <b>Exposición de fotos. Descripción.</b>       | <b>58</b> |
| Bebida de bienvenida.                 | 25        | <b>Módulos de discusión.</b>                   | <b>59</b> |
| Sistema de ubicación.                 | 26        | <b>Elementos de la lista.</b>                  | <b>60</b> |
| <b>Fase 2. Calentamiento.</b>         | <b>27</b> | <b>Lista de dramaturgia.</b>                   | <b>61</b> |
| Sky Club.                             | 28        | <b>Evento de manejo. Ejercicios de manejo.</b> | <b>63</b> |
| Muebles.                              | 29        | <b>Contactos.</b>                              | <b>67</b> |
| Decoración.                           | 30        |  |           |
| Instalaciones.                        | 31        |  |           |
| Instalación de la película.           | 32        |  |           |
| Exposición de fotos.                  | 33        |  |           |
| Historias icónicas.                   | 34        |  |           |
| Supernatural.                         | 35        |  |           |
| Jardín Zen.                           | 36        |  |           |

## Lineamientos evento de lanzamiento



### Acercamiento:

#### El motivo

Todo el enfoque de campaña está resumido en la frase “Yo le mando...”, con la cual englobamos los distintos motivadores que los migrantes tienen para enviar remesas a su país. Iniciar un negocio familiar, cuidar de sus padres, asegurar la educación a sus hijos; en fin, ayudar a cumplir los sueños que todos desean alcanzar algún día.

#### El respaldo

Se basa en la seguridad de que, si los usuarios mandan su remesa por BAC, esta llegará de forma fácil, conveniente y segura a su destino. Adicionalmente, si abren una cuenta en BAC, tienen la posibilidad de ahorrar algo para también tener asegurado el futuro familiar.

#### El grupo objetivo

El grupo objetivo básico está dividido en dos partes del mismo núcleo familiar socioeconómico:

El que envía (el remitente) y el que recibe (el receptor).

Para entenderlos y así lograr a plenitud efectividad con todos nuestros esfuerzos, debemos saber que:

## Lineamientos evento de lanzamiento

**Los remitentes:** en su mayoría son personas de edad adulta, de ambos sexos, que son hijos, esposos o padres. Son personas a las que su realidad ha empujado a tomar una decisión drástica y, en muchos casos, sin marcha atrás. Son trabajadores, creen en sí mismos y están dispuestas a pasar muchos riesgos y sacrificios para cambiar su vida y la de los seres que aman. Confeían que estando en otro país lograrán los ingresos que necesitan para sobrevivir y además ayudar a mejorarle la vida a sus familiares.

Algunos de ellos tienen familiares o amigos que se han adelantado a migrar y les ofrecen su apoyo; en otros casos ellos son la punta de lanza para iniciar una nueva era de oportunidades familiares, que sienten en su país les está negada.

**Los receptores:** son personas mayores o muy jóvenes (incluso niños), que han aceptado la separación de su ser amado confiando en que será para mejorar. Ellos están dispuestos a esperar que su familiar logre estabilizarse y alcance la meta que como familia todos anhelan. Estas personas alcanzan lo básico para vivir, tienen limitaciones, deudas y muchos otros factores de carencia económica, por lo cual llegar a recibir remesas es una oportunidad que atesoran, para cambiar su realidad.

El factor seguridad y la falta de empleo de sus países de origen son factores determinantes para ambos segmentos del target.



# Lineamientos evento de lanzamiento

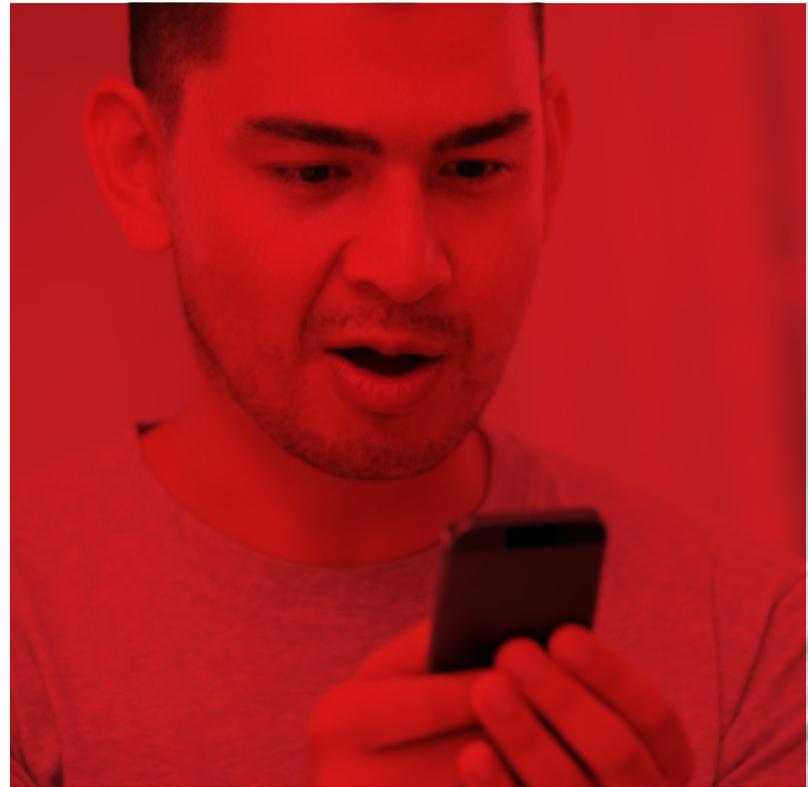
## Estrategia de comunicación

Considerando que BAC llega a ofrecer el producto cuando ya hay muchos competidores posicionados en la categoría, se recomienda lanzar con campaña 360, en olas de distinta intensidad. Esta campaña debe ser envolvente para alcanzar los dos grupos objetivos (remitentes y receptores).

La campaña debe contar con presencia en base a una estrategia de colocación de medios enfocada a las preferencias del target, tanto a nivel de redes sociales, como medios de comunicación abierta o mensajes dirigidos.

### Lema del evento:

**El amor familiar trasciende distancias.**



### El porque:

El lema está asociado directamente al motivador que impulsa a las personas a migrar: mejorar el futuro de su familia.

Y se conecta directamente con el concepto central de la campaña “yo le mando Mi Remesa BAC a...” simbolizando que aunque estén lejos a nivel de distancia, el amor los mantiene unidos. Y es por medio de BAC y el servicio rápido, confiable y 100% seguro que les brinda, que todos los sueños que los mueven pueden hacerse realidad, permitiéndoles a través del envío de remesas hacer tangible el amor que tienen por su familia, y estar presentes en cada situación familiar.

# Lineamientos evento de lanzamiento

## Escenografía:

### Lanzamiento

La fase de lanzamiento comienza con el evento. Se recomienda invitar a medios de comunicación que puedan publicar contenido y realizar entrevistas a los representantes del banco. Para ello es esencial realizar comunicados de prensa para compartir con los mismos, dándoles resumido el punto de vista que deseamos tengan las notas de cobertura.

También, es importante tener al equipo del banco tomando fotografías y video para desarrollar contenido para publicación en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn.

Simultáneamente, en la misma fecha de lanzamiento del evento, se recomienda el desarrollo de publicidad ATL para potenciar el mensaje comunicado durante el mismo:

- Programación de spot de TV y radio en programas estratégicamente seleccionados para alcanzar el target, según estrategia desarrollada por un equipo especialista en la compra de medios.
- Publicación de artes gráficos centrales en los diarios reconocidos de cada país.
- Colocación de vallas publicitarias y todo tipo de OOH que puedan estar en contacto con nuestro grupo objetivo.



# Lineamientos evento de lanzamiento



## Localidad

La ubicación es la base de un buen evento, ya que complementa el concepto de mismo y la esencia de la marca.

Considerando esto, el evento se debe llevar a cabo en un lugar céntrico que permita el fácil acceso para los grupos de interés y los medios de comunicación. Se recomienda hacer un análisis previo de experiencias anteriores y respuestas de convocatorias, para elegir el día y la hora idóneos para asegurar la asistencia de la mayoría de los invitados.

Lo más apropiado es hacer el evento en un salón cerrado para asegurar la concentración y privacidad de la audiencia, y así controlar todas las variables de clima, sonido, ingreso, etc. El lugar debe ser lo suficientemente espacioso para ubicar con comodidad el montaje del mobiliario elegido, espacio para los medios de comunicación y suficiente presencia de marca.

## Montaje

Se recomienda un montaje que permita la presencia de marca alrededor de todo el salón para que el logotipo y nombre del banco y producto se puedan visualizar en todas las fotos desde distintos ángulos. Acordes a nuestra política Neto positivo, se aconseja utilizar pantallas digitales en lugar de lonas o materiales impresos. Esto permite además la reproducción de un loop o video que complemente la presentación de manera más atractiva.

## Lineamientos evento de lanzamiento

Para lograr que todos los invitados puedan visualizar las pantallas, el montaje y al orador, es necesario tener una tarima o escenario de 0.5 metros a 1 metro de alto.

Esto no solo para asegurar la comodidad de lectura de quienes están sentados atrás, sino también para asegurar que los medios invitados logren tomar fotografías del evento, evitando que otras personas salgan en la toma.

El montaje de mobiliario puede hacerse también de forma escalonada, dejando salas lounge como las más cercanas al escenario, y luego tener montaje combinado de mesas rectangulares largas de altura normal, y cerrar con mesas cocteleras en la parte más retirada del escenario. Según la duración estimada del evento, esas mesas cocteleras pueden dejarse con o sin sillas.

Es importante tener un podio, que además de ser un elemento escenográfico que permite presencia de marca y comodidad de los oradores, es un referente en los eventos institucionales o corporativos y atribuye formalidad a los mismos.

Se recomienda que el podio se coloque en una de las esquinas del escenario, procurando que no tape la pantalla y dejando suficiente espacio para que el orador se mueva sobre la tarima si así lo desea. Se aconseja que el podio sea digital o de acrílico transparente para lograr un diseño moderno que complemente la imagen de marca.



# Lineamientos evento de lanzamiento

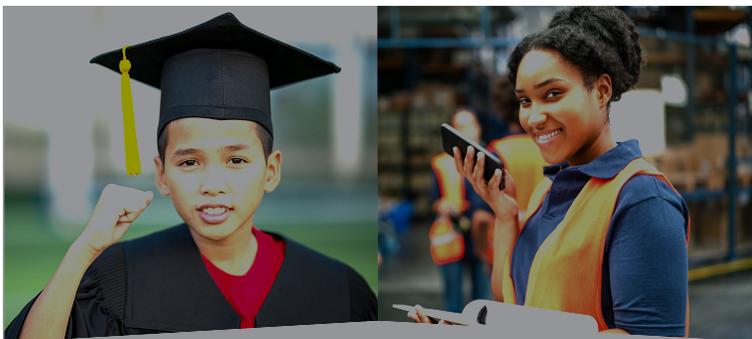
## Iluminación

Debe generarse un efecto visual acorde a la marca, bañando de rojo y/o blanco cálido ciertas áreas de interés para crear dramatismo en la decoración, y guiar los puntos focales hacia los tótems digitales o espacios de branding. Es importante que este baño de luz roja no esté en el espacio o momento de realizarse las fotografías oficiales, para no afectar el resultado.



## Código de vestimenta

Este debe ser acorde a la hora del evento. Ejecutivo casual es el más recomendado; y para los ejecutivos BAC, los tonos sólidos de la marca rojo, blanco y gris son los más recomendados. Usar calzado clásico cerrado en el caso de las mujeres. Se recomienda no usar estampados demasiado coloridos o colores demasiado brillantes, y llevar accesorios clásicos, no tan llamativos.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper

## Invitación

La invitación al lanzamiento debe apoyar gráficamente el concepto del producto y su campaña. Es un componente importante de las comunicaciones del evento, ya que esta es la etapa en la que las expectativas iniciales del evento se despiertan entre grupos de interés y medios de comunicación. Se recomienda que la tarjeta de invitación incluya una fotografía y un lema que logre conectar con el público objetivo en un nivel estratégico y emocional.



# Lineamientos evento de lanzamiento

## Bienvenida

### Edecanes

Se aconseja tener edecanes debidamente identificadas para recibir a los asistentes y llevarlos a sus asientos, así como un ejecutivo de relaciones públicas que pueda ubicar a los medios de comunicación. Un cálido y rápido control de asistencia y bienvenida es primordial para una buena primera impresión. El personal debe responder a las consultas que tengan los asistentes, de una manera cortés y amistosa, durante todo el evento. Si el área de estacionamiento está retirada del salón se recomienda brindar servicio de Valet Parking, especialmente para comodidad de las damas.



### Bebida de bienvenida

Es importante recibir a los invitados con una refrescante bebida de bienvenida, para que su espera sea más placentera mientras el evento da inicio. Podrían realizarse tres (3) opciones de coctel temático, de distintos sabores, para que el invitado elija el de su preferencia. Estos preferiblemente deben tener branding y explicar en un menú de qué están compuestos. Las bebidas deben ser servidas en vasos o copas que aporten al efecto temático de cada sabor y las edecanes deben guiar a los asistentes a ubicarse en su espacio llevando la bebida en mano.



# Lineamientos evento de lanzamiento

## Sistema de guía

La distribución del espacio debe diseñarse a manera de que los invitados fluyan con naturalidad haciendo el recorrido que se desea hasta ubicarse en su espacio asignado. Este sistema va desde la llegada al venue, registro de asistencia y bienvenida, hasta la ubicación en su asiento. Debe tomarse en consideración dejar suficiente espacio de circulación en ambas vías, por los pasillos de acceso que se dejen en el montaje.

## Música

Se recomienda elaborar una playlist de música suave para acompañar el ambiente. Puede ser jazz o música lounge, para complementar la esencia de la marca y asegurar la relajación y tranquilidad de los invitados, manteniéndola en un nivel de volumen que permita la conversación sin levantar la voz.

## Maestro de ceremonias

Este se encargará de dar los avisos oficiales a la audiencia, para prepararlos a la realización del programa. Los avisos iniciales comunicando que pronto daremos inicio pueden hacerse solo de manera sonora, dejando la presencia del maestro de ceremonias en el escenario para los minutos previos al inicio del programa.



## Lineamientos evento de lanzamiento

### Presentación

El maestro de ceremonias debe llevar el control de tiempo y agenda, para asegurar el ritmo del evento. Para hacerlo más interesante, puede estar aportando datos estadísticos acerca de la temática de los migrantes, las familias favorecidas con remesas, los casos de sueños logrados, etc. También debe tener un breve resumen del cargo y speech de cada orador y su relación con el tema, para introducirlos al público. Finalmente, cerrará de manera memorable el evento e invitará a la toma de fotos oficiales y realización de entrevistas de los voceros.



### Catering

La recomendación es tener una selección de bocadillos acordes a la hora del evento, con los cuales las personas se sientan satisfechas, sin llegar a la llenura excesiva. Lo más recomendable es tener islas donde los bocadillos puedan exhibirse de forma atractiva, y a la vez contar con suficiente cantidad de meseros que atiendan a los invitados, sin que sientan la necesidad de moverse si están cómodos. Estos deben estar acompañados de una variedad de bebidas conforme al menú.

### Despedida

Para agradecer su presencia, se entregará un regalo de despedida a los invitados. Este debe ser un elemento memorable, que tenga el branding y temática del evento, y al que puedan darle uso posteriormente. Una pequeña retratera o una vela con la frase "El amor trasciende distancias". Estos obsequios serán entregados por las edecanes, al momento que cada invitado se retira.

