

Toolkit campañas

Mi Remesa  **BAC**

Contenido

- Objetivo del toolkit
- Racional
- Campaña
 - Keyvisuals
 - Mockups
 - Radio
 - Contenido digital
- Estrategia Digital
- Assets de campaña
 - Mensajes Clave
 - Guía de diagramación
 - Promociones de temporadas especiales
 - Popuesta activaciones
 - Paleta de color y tipografía
 - Adaptaciones KV
- Guía de evento lanzamiento
- Contacto

Objetivo del toolkit

Desarrollar una estrategia de comunicación con los lineamientos de la campaña del producto Mi Remesa BAC **"Yo le Mando"** unificando así su ejecución a nivel regional.

RACIONAL

Sabemos que las migraciones son un fenómeno natural de la humanidad desde tiempos ancestrales.

Para muchas familias el fenómeno de la migración se ha convertido en una necesidad para apalejar la crisis económica que afecta el mundo y la inseguridad que afecta especialmente a nuestra región.

El alivio económico que suponen los casi \$45 millones anuales conlleva desarrollo y un florecimiento para nuestras familias y una inyección de dinero fresco para nuestros países. Sin embargo, hay un sacrificio emocional enorme, por la separación y muchas veces desintegración familiar.

Con la campaña **Mi Remesa BAC "Yo le mando"** queremos rescatar esos vínculos hermosos que no deben perderse, ya que si bien es cierto el dinero es importante, resulta más vital, el amor que une a los seres queridos que se van detrás de un sueño, sacar adelante a la familia, no solo con dinero sino también con amor.

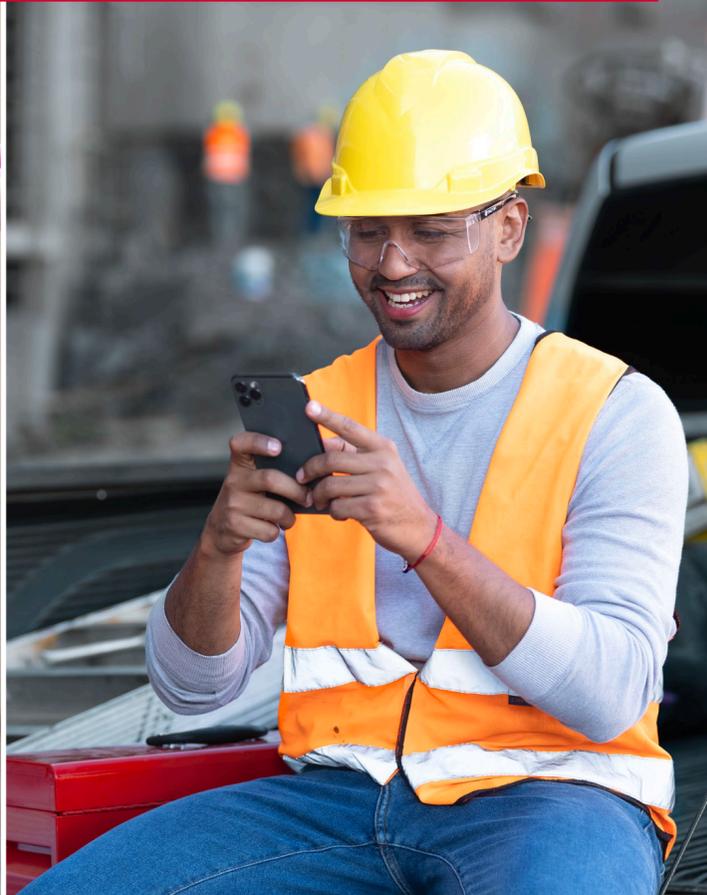
Mi Remesa BAC nos ayuda a mantener vivo ese lazo, con las mejores herramientas tecnológicas que permiten borrar fronteras, demostrando que el amor trasciende distancias.

LANZAMIENTO CAMPAÑA
YO LE MANDO

KEYVISUALS



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora



FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura

-  Promociones constantes
-  Cuenta de Ahorro
-  Tarjeta de Débito

-  **ria** Money Transfer
-  **intermex** International Money Express
-  **Maxi**
-  **BOSS** REVOLUTION
-  **Giomex** MONEY TRANSFER
-  **UNO** MONEY TRANSFER
-  **Sharemoney**
-  **GIROSOL**
-  **South Exchange** transfiriendo sueños
-  **BARRI** FINANCIAL GROUP
-  **DoLEx** Money Transfer
-  **MONTY** Global Payments



Gaby sostiene nuestro hogar



CORTÉS, SAN PEDRO SULA ◀ NEW YORK, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito





Mi hermana y yo
tenemos un negocio
que sacar adelante



ATLÁNTIDA, LA CEIBA ◀ ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones
constantes



Cuenta
de Ahorro



Tarjeta
de Débito



MOCKUPS



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito

Mi Remesa  BAC



Mi hermana y yo tenemos un negocio que sacar adelante

ATLÁNTIDA, LA CEIBA • ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



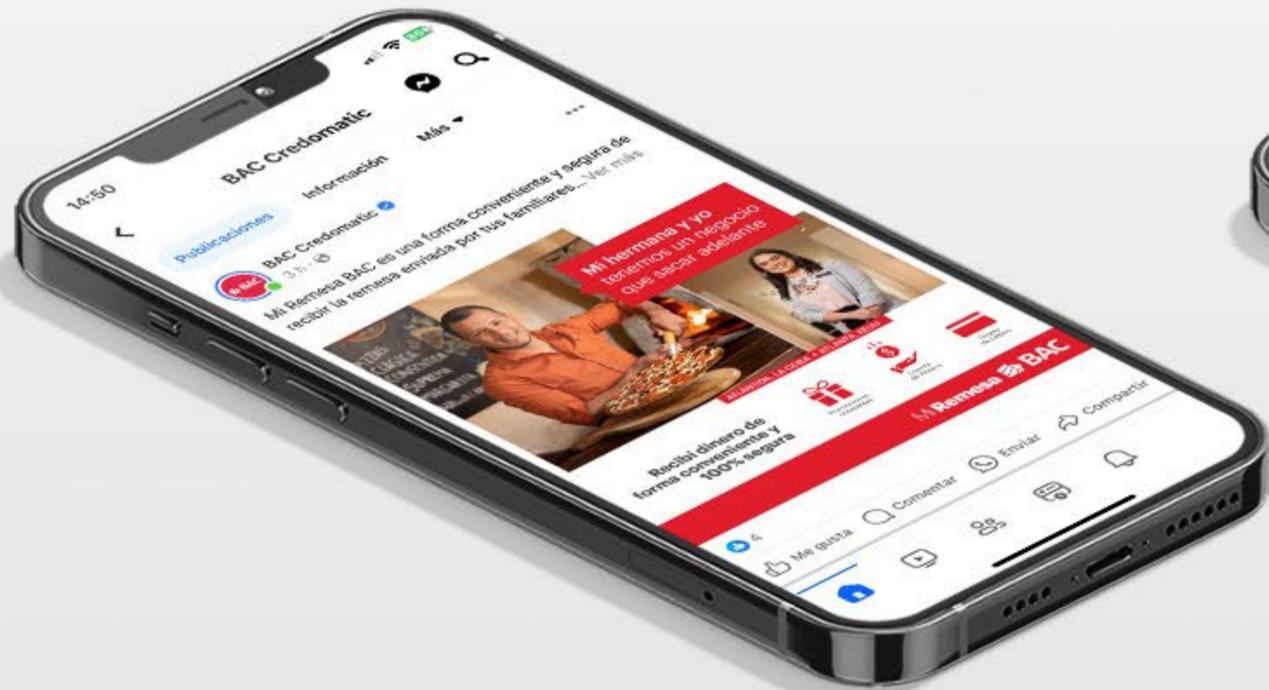
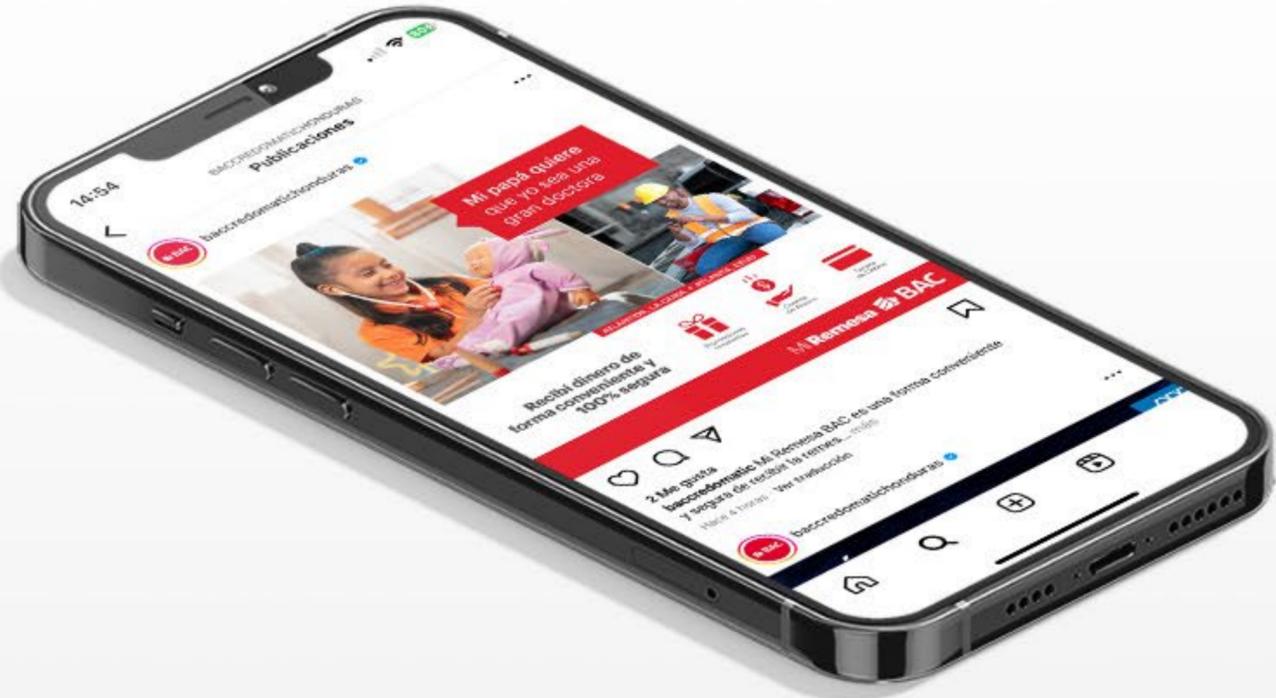
Cuenta de Ahorro



Targeta de Débito



Mi Remesa BAC





Inicio
Productos
Cuentas
Iniciación
Transferencias
Pagos
Servicios
Ayuda



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

Recibi dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro

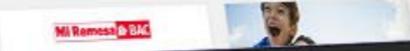


Tarjetas de Débito

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL • HOUSTON, TEXAS

Mi remesa BAC

Mi Remesa BAC es una forma conveniente y segura de recibir tu remesa desde tus familiares en el exterior. Una remesa es la forma de demostrar tu amor a quienes más amas.





Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura

- Promociones constantes
- Cuenta de Ahorro
- Tarjeta de Débito

Mi Remesa BAC

Directorio

Centro de atención VIP

Sucursal BAC Credomatic

BAC

nsformamos
iraciones
ogros

RADIO



Versión: **Mi Remesa BAC**
Duración: **30 segundos**

Hermana: Yo le mando Mi Remesa BAC a mi hermano porque juntos pusimos un negocio.

Hija: Mi papá nos manda Mi Remesa BAC, porque yo quiero estudiar y ser una gran doctora.

Mamá USA: Yo mando Mi Remesa BAC para cuidar de mi mamá y también de mi hija.

LOC: Mi Remesa BAC, conveniente y segura.
BAC, el valor de lo que importa

CONTENIDO DIGITAL



DESPLIEGUE DE MEDIOS:

COMUNICACIÓN INTERNA

Redes:
Correo
Teams
Yammer

COMUNICACIÓN EXTERNA

ATL:
Periódico/revistas
Vallas
Mupis
TV
Radio

DIGITAL

Canales internos:
Banner Banca Línea
Banner Sitio Web

Cross-selling:
Email Marketing
Notificaciones Push
Pop up

Redes:
Instagram
Facebook

ESTRATEGIA DIGITAL

Objetivos generales

Marketing digital

Informar sobre las formas de retiro, lugares de envío y promociones vigentes.

Incrementar la apertura de cuentas para recibir remesas.

Paid Media

Estrategia full funnel

	Objetivo	KPI	Audiencia para cada etapa
Reconocimiento de marca	Aumentar el posicionamiento del producto por medio de video.	Impresiones CPM	Demográfico amplio.
Consideración	Generar tráfico al sitio de público de BAC para lograr un público de prospectos interesados en el producto y adicional que la base de clientes conozca de la cuenta.	Visitas CPC	Personas que vieron el video de Awareness. Demográfico por intereses.
Colocación	Obtener prospectos interesados en el producto para abordarlos en el flujo de ventas.	Leads CPL	Demográfico por intereses. Público similar a los clientes actuales. Remarketing del tráfico generado en la etapa de consideración.

Estrategia full funnel

PRESUPUESTO

CAMPAÑAS

25%
RECONOCIMIENTO
DE MARCA

25%
CONSIDERACIÓN

50%
COLOCACIÓN

FORMATOS

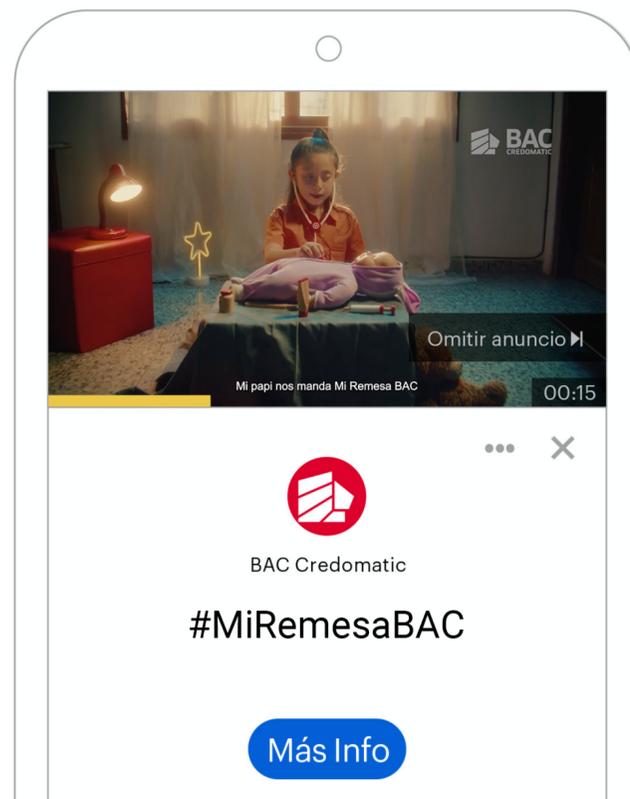
PLATAFORMAS POR ETAPA

RECONOCIMIENTO DE MARCA	CONSIDERACIÓN	COLOCACIÓN
YouTube o Facebook Video	Display o Facebook Tráfico	Demand Gen o Facebook Conversión

La división porcentual por objetivo y los formatos a utilizar varían según el presupuesto de cada país y el tiempo de activación de las campañas.

Estructura Reconocimiento de Marca

Youtube o Facebook Video



Campañas awareness

Objetivos, audiencias y Exclusiones

Objetivos: Se recomienda utilizar reconocimiento de marca por reproducciones de video.

Audiencia: Demográfica de Hombres y Mujeres con intereses relacionados a la marca.

Exclusiones:

- Base de clientes actuales de cuentas.
- Base de clientes rechazados.
- Personas que han completado el formulario.
- Audiencias de Remarketing.
- Audiencia Lookalike de la base de clientes actuales.

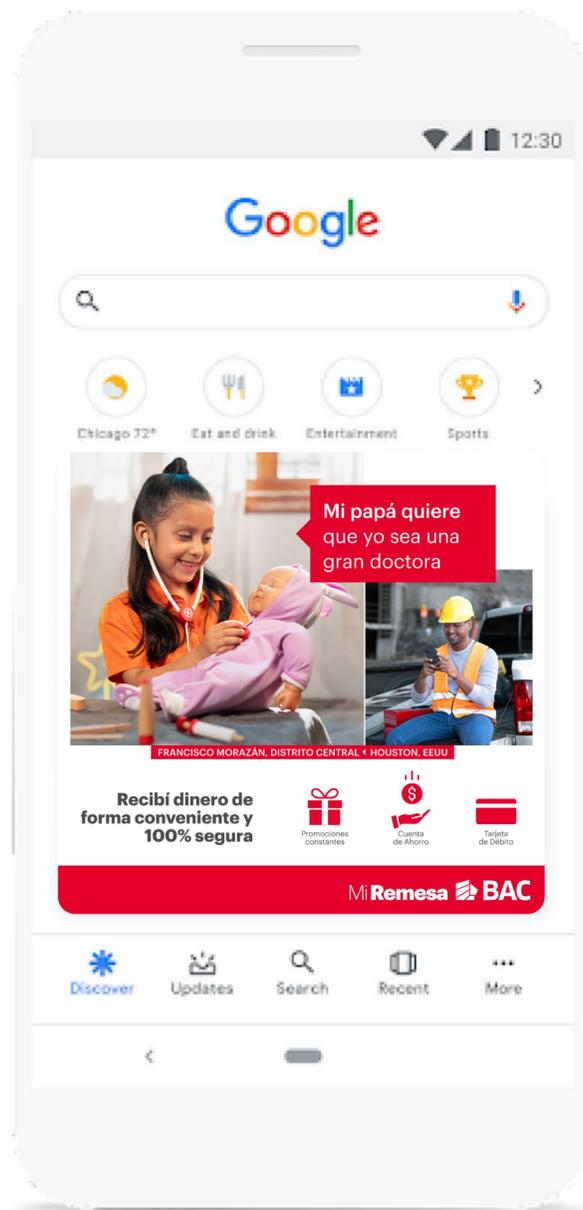


Youtube o Facebook Video

Audiovisual ejecutado para la campaña de Mi Remesa BAC.

Estructura Consideración

Display o Facebook Tráfico



Campañas tráfico

Objetivos, audiencias y Exclusiones

Objetivos: Se recomienda utilizar tráfico con visitas al sitio web.

Audiencias:

- Personas que vieron el video en la primera etapa de Awareness.
- Demográfico por intereses según el contenido.
- Base de actuales de cuentas de ahorro.

Exclusiones:

- Base de clientes actuales de cuentas.
- Base de clientes actuales en las campañas con audiencias personalizadas y por intereses.
- Base de clientes rechazados.
- Personas que han completado el Formulario.



Display o Facebook

Anuncios informativos sobre las formas de retiro, lugares de envío y promociones vigentes.

Estructura Colocación

Demand Gen o Facebook Colocación

BAC Credomatic
Publicidad

Mi Remesa BAC es una forma conveniente y segura de recibir la remesa enviada por tus familiares... Ver más

ATLÁNTIDA, LA CEIBA • ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura

Promociones constantes

Cuenta de Ahorro

Tarjeta de Débito

Mi Remesa **BAC**

<https://www.bacredo...>

Recibe tu remesa

Más información

Objetivos, audiencias y Exclusiones

Objetivos: Se recomienda utilizar clientes potenciales o ventas.

Audiencias:

- Demográfico: Hombres y Mujeres con intereses relacionados al producto.
- Lookalike: Base similares de clientes actuales de cuentas.
- Remarketing: visitas al sitio público.

Exclusiones:

- Base de clientes actuales de cuentas.
- Base de clientes rechazados.
- Personas que han completado el Formulario.
- Audiencias Demográfico (base lookalike y remarketing).
- Audiencias Lookalike (demográfico y remarketing).
- Audiencias de Remarketing (campana prospecting).



Prospecting

Ads enfocados a realizar la apertura de cuentas para recibir remesas.



Remarketing

Ads enfocados a realizar la apertura de cuentas para recibir remesas.

ASSETS

DE CAMPAÑA

Mensajes claves

COPY 1:

Detrás de cada remesa viene el esfuerzo que cada trabajador dedica para la construcción de sus sueños. En #BACReimaginamosLaBanca para que quienes reciben #MiRemesaBAC tengan acceso fácil y rápido al dinero.

BAC, #ElValorDeLoQueImporta.

COPY 2:

Más allá de enviar o recibir dinero, #MiRemesaBAC se traduce como la oportunidad de mejorar la calidad de los nuestros. En #BACReimaginamosLaBanca para que accedas a ella desde donde estés y sin contratiempos. #BACSimple.

BAC, #ElValorDeLoQueImporta.

COPY 3:

Mientras tu motor sea luchar cada instante por ellos, nuestro combustible es generar prosperidad en las comunidades donde servimos. En #BACReimaginamosLaBanca para que aproveches todos los beneficios de #MiRemesaBAC y puedas acceder a los fondos fácil y rápido, #BACSimple.

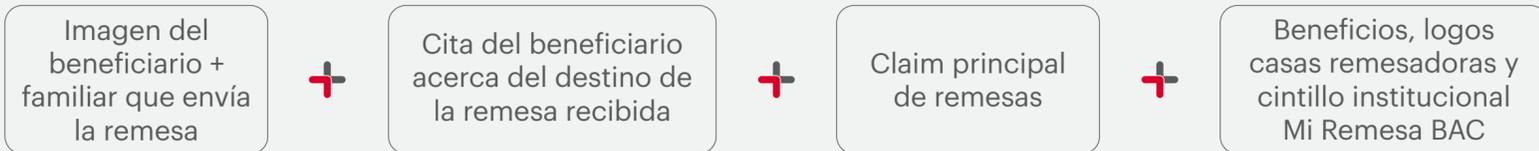
BAC, #ElValorDeLoQueImporta.

COPY 4:

En muchas ocasiones, remesa significa: prosperidad, mejoramiento de la economía familiar, calidad de vida. En #BACReimaginamosLaBanca para que soluciones financieras como #MiRemesaBAC sean un aliado de las familias.

BAC, #ElValorDeLoQueImporta.

Guía de diagramación



FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura

Promociones constantes, Cuenta de Ahorro, Tarjeta de Débito

Logos: ria Money Transfer, intermex, Maxi, BOSS REVOLUTION, Giromex, UNO, Sharemoney, GIROSOL, South Exchange, BARRI, DoEx, MONTY Global Payments

Mi Remesa BAC

Fotografías de receptor y remitente

Ubicaciones de receptor y remitente

Logo en blanco de sobre cintillo rojo de fondo, asegurando una buena lectura

Cita del beneficiario

Claim principal

Beneficios

Espacio para casas remesadoras

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura

Promociones constantes, Cuenta de Ahorro, Tarjeta de Débito

Logos: ria Money Transfer, intermex, Maxi, BOSS REVOLUTION, Giromex, UNO, Sharemoney, GIROSOL, South Exchange, BARRI, DoEx, MONTY Global Payments

Mi Remesa BAC

Cita del beneficiario

Fotografías de receptor y remitente

Ubicaciones de receptor y remitente

Claim principal + Beneficios

Espacio para casas remesadoras

Logo en blanco de sobre cintillo rojo de fondo, asegurando una buena lectura

PROMOCIONES POR TEMPORADA

Objetivo

Desarrollar promociones por temporada bajo la sombrilla de la campaña del producto Mi Remesa BAC **"Yo le Mando"** unificando así su ejecución a nivel regional.

Las propuestas de promociones deben mantener la línea gráfica, pero puede ser modificada en cuanto a dinámica y premios previa aprobación con marketing regional, manteniendo la esencia de la temporalidad. Los costos de ejecución de las promociones deben ser cubiertos localmente.

KEYVISUALS

Día de la madre

Llegó la mamá de los premios



10 ganadores
de remodelación para sala o cocina

Con cada remesa acumulás:

2 boletos electrónicos por cada remesa cobrada de más de \$100.

3 boletos electrónicos por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta.

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAIS" del XX de XXXX al XX de XXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC

Este Día de la Madre podrías ser una ganadora



Acumulá:

2 boletos electrónicos por cada remesa cobrada de más de \$100

3 boletos electrónicos por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta

Con cada remesa recibida tenés la oportunidad de ser uno de los

30 ganadores

Espacio logos casas remesadoras

Conveniente y **100% seguro**

Promoción válida en "PAIS" del XX al XX de XXXXX de XXXX.

Mi Remesa  BAC

KEYVISUALS

Día del padre



Duplicá el amor a papá

Participá por la oportunidad de duplicar tu remesa acumulando

2

boletos electrónicos
por cada remesa cobrada de más de \$100

3

boletos electrónicos
por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXXX al XX de XXXXX de 2024.

Mi Remesa  **BAC**



Enviá amor y premios a Papá

Participá acumulando números electrónicos al recibir tus remesas en **BAC** y podrías ganar:



Efectivo



Motocicletas



Kits deportivos



Certificados de tiendas o restaurantes

Espacio logos casas remesadoras

Acercando familias, a través de fronteras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXXX al XX de XXXXX de 2024.

Mi Remesa  **BAC**

KEYVISUALS

Semana Santa

Viví tus vacaciones soñadas



30
ganadores
10 cada mes

Con cada remesa acumulás:

2 boletos electrónicos por cada remesa cobrada de más de \$100

3 boletos electrónicos por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXXX al XX de XXXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC

Hacé efectivo tu sueño



Participá por premios en efectivo

Al recibir tus Remesas por medio de BAC, acumulá boletos electrónicos y participá

1 boleto por cada remesa cobrada

3 boletos por cada remesa acreditada a tu cuenta BAC

30 ganadores
10 cada mes

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXXX al XX de XXXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC

KEYVISUALS

Navidad



Navidad llena de sorpresas

10
ganadores
10 cada mes

Duplicá tu regalo

Por cada Remesa acumulá boletos electrónicos y participá

1 boleto por cada remesa cobrada

3 boletos por cada remesa acreditada a tu cuenta BAC

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXX al XX de XXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC



Llená a tu familia de regalos

Con cada remesa recibida tenés la oportunidad de ser uno de los

30 ganadores

Acumulás:

2 boletos electrónicos por cada remesa cobrada de más de \$100

3 boletos electrónicos por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXX al XX de XXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC

KEYVISUALS

Regreso a clases



El mejor regreso a clases



10 ganadores de kit escolares

Con cada remesa acumulás:

2 boletos electrónicos por cada remesa cobrada de más de \$100.

3 boletos electrónicos por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta.

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXXX al XX de XXXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC



A clases con todo

30 ganadores 10 cada mes

Con cada remesa acumulás:

2 boletos electrónicos por cada remesa cobrada de más de \$100

3 boletos electrónicos por cada remesa acreditada directamente a tu cuenta

Espacio logos casas remesadoras

Promoción válida en "PAÍS" del XX de XXXXX al XX de XXXXX de 2024.

Mi Remesa  BAC

ACTIVACIONES

Ganá Premios al Instante

La mecánica consiste en que al momento de cobrar una Remesa BAC, el cliente recibe un cartón raspable. Al momento de rasparlo, el cliente lo entrega al edecán encargado que le entregará su premio.

Para delimitar el espacio en el que se entregará el premio, se colocará un backing 1.5x2 metros con el texto "Con Mi Remesa BAC gana premios al instante" en el cual los ganadores podrán tomarse una foto con su premio.

Considerando que con esta mecánica se puede controlar la cantidad de premios que se tienen para entregar, se incluirán promocionales, así como algunos de categoría más alta para mantener el interés y la emoción de los clientes por participar. En los raspables se tendrá la oportunidad de ganar los siguientes:

Premios promocionales:

- Termos
- Sombrillas
- Gorras
- Bolsas de tela
- Lentes de sol

Premios de categoría más alta:

- Duplicar tu próxima Remesa cobrada
- Efectivo
- Microondas
- Licuadora



La Ruleta Ganadora

La mecánica consiste en que al momento de cobrar una Remesa BAC, el cliente recibe la oportunidad de girar una ruleta que le permitirá ganar un premio.

Considerando que es una activación en donde los clientes siempre ganarán, los premios serán productos promocionales, ya que son más accesibles y fáciles de entregar al instante. La ruleta tendrá los siguientes premios:

- Termos
- Sombrillas
- Gorras
- Bolsas de tela
- Lentes de sol
- "Gira otra vez"

Un edecán estará recibiendo a los clientes que ya tengan su raspable para organizar la participación en la ruleta y entregar los premios.

Para fomentar la emoción entre los participantes se tendrá 2 arreglos de globos (blanco, rojo y plateado) que decorarán el espacio asignado, así como música para acompañar el ambiente

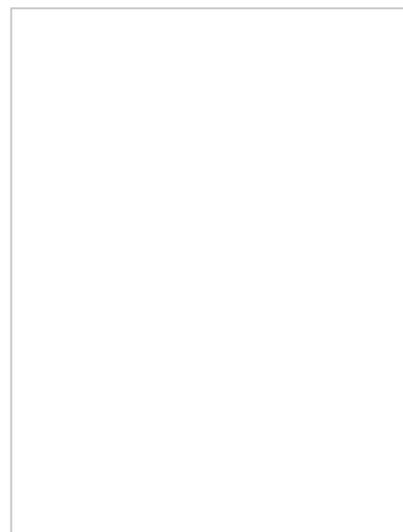


PALETA DE COLOR Y TIPOGRAFÍA

Colores sólidos



Rojo institucional
R: 228 G:0 B:43
Hex: e4002b



Blanco
R: 255 G:255 B:255
Hex: ffffff

Tipografías

Graphik Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Graphik Medium

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Graphik Bold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Graphik Regular y **Medium** serán utilizadas para escribir los textos de los mensajes del receptor

Graphik Bold será utilizadas para escribir el claim principal

ADAPTACIONES POR VERSIÓN



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



Mi papá quiere que yo sea una gran doctora

FRANCISCO MORAZÁN, DISTRITO CENTRAL ◀ HOUSTON, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito

Mi Remesa BAC



Gaby sostiene nuestro hogar

CORTÉS, SAN PEDRO SULA ◀ NEW YORK, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



Gaby sostiene nuestro hogar

CORTÉS, SAN PEDRO SULA ◀ NEW YORK, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



Gaby sostiene nuestro hogar

CORTÉS, SAN PEDRO SULA ◀ NEW YORK, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



Gaby sostiene nuestro hogar

CORTÉS, SAN PEDRO SULA ◀ NEW YORK, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito

Mi Remesa BAC



ATLÁNTIDA, LA CEIBA ◀ ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



ATLÁNTIDA, LA CEIBA ◀ ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



ATLÁNTIDA, LA CEIBA ◀ ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito



Mi Remesa BAC



ATLÁNTIDA, LA CEIBA ◀ ATLANTA, EEUU

Recibí dinero de forma conveniente y 100% segura



Promociones constantes



Cuenta de Ahorro



Tarjeta de Débito

Mi Remesa BAC

LINEAMIENTOS

para evento de lanzamiento regional

Documento confidencial. Para uso interno únicamente.

Importante: Las imágenes utilizadas en este documento son solo para fines ilustrativos. No deben utilizarse para propósitos de comunicación.

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 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.





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 al abrir una cuenta de ahorros, tendrá al alcance distintas soluciones financieras que BAC ofrece, para administrar su dinero mediante el ecosistema digital y la posibilidad de acceder a nuevos productos y servicios.

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:

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. Confían 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. También tienen el reto de administrar el dinero recibido de una forma eficiente para poder cumplir el objetivo final.

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





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 por la familia, un vínculo tan fuerte que conecta a pesar de la distancia.

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.

FASE 1:

Pre-lanzamiento:

Para esta fase 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. Esto debe definirse con los equipos de comunicación locales, para ver el abordaje para que sea contenido de relevancia.

También, es importante que los equipos de comunicación locales tomen fotografías y video para desarrollar contenido para publicación en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn.

Para esta fase se debe contar con la información actualizada en el sitio público para Mi Remesa BAC.

Invitación

La invitación al lanzamiento debe apoyar gráficamente el concepto, presencia de la solución financiera 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 invitación sea digital, e incluya una fotografía y un lema que logre conectar con el público objetivo en un nivel estratégico y emocional.

En la invitación debe incluirse información de evento: Fecha, hora, lugar, código de vestimenta, correo para confirmación y cualquier información que se deba considerar.



Te invitamos a la presentación de

Mi Remesa  **BAC**

Borremos fronteras para demostrar que el amor trasciende distancias.

Acompáñanos



XX de XXXX



9:30 a.m.



Hotel Barceló
San José Palacio,
Salón Greco A



FASE 2:

Lanzamiento y Evento:

Campaña en medios:

En la misma fecha del evento de lanzamiento, se recomienda iniciar con publicidad ATL y digital, 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.

Evento | Locación

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

Montaje

Se recomienda un montaje que permita la presencia de marca alrededor de todo el salón para que el logotipo del banco y el nombre de la solución financiera 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.

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.

Para la decoración se recomienda utilizar elementos sutiles, que puedan incluirse como centros de mesa. En caso de usar flores, deben ser blancas y composiciones minimalistas.





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.

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.

Colaboradores BAC

El código de vestimenta 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.

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.

Alimentación

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.

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.

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.





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.

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.

IMPORTANTE: localmente deberá definirse, quién será el invitado especial que sea una figura relevante para poder captar la atención de los medios y de los invitados, además de la importancia de crear un hilo entre este invitado y la temática del evento.

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 por la familia, un vínculo tan fuerte que conecta a pesar de la distancia. Estos obsequios serán entregados por las edecanes, al momento que cada invitado se retira.

Contacto

Marketing LATAM

Verónica Brenes Herrera

Líder de Marca LATAM

veronica.brenes@baccredomatic.com

Andrea Guerra Lizano

Líder de Marca LATAM

andrea.guerra@baccredomatic.com

Erica Castro Palma

Líder de Marca LATAM

erica.castro@baccredomatic.com

IMPORTANTE: Cualquier material para activación, adaptación o pieza que no esté incluida en esta guía debe ser revisada y aprobada por el equipo de marketing regional.