**PLANTILLA DE RESUMEN CREATIVO SIN FINES DE LUCRO **

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CLIENTE** |  |  |
|  |   |   |
| **NOMBRE DEL PROYECTO** |  |  |
|  |   |   |
| **MARCA** |  | **PRODUCTO** |
|  |  |  |
| *Nombre del contacto del clienteNúmero de teléfonoDirección de correo electrónicoLínea de dirección de correo 1Línea de dirección de correo 2Línea de dirección de correo 3* |  | *Nombre de contacto de su empresaNúmero de teléfonoDirección de correo electrónicoLínea de dirección de correo 1Línea de dirección de correo 2Línea de dirección de correo 3* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **FECHA** |  | **AUTOR** |
|  |  |  |

PROYECTO |  |  |
| **PROPÓSITO | ¿Cobarde*?*** |
|   |
| **oportunidad | *¿Impacto ultimate ?*** |
|   |
| **CUESTIÓN ECONÓMICA / SOCIAL** |
|   |
|  |  |  |
| OBJETIVO Y RETOS |
| **LLAMADA A LA ACCIÓN | *¿Qué trabaja el proyecto para lograr?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ANÁLISIS ACTUAL DE MARCA / CAMPAÑA |
| **ASPECTOS POSITIVOS | *¿Qué está funcionando y por qué?*** |
|   |
| **ASPECTOS NEGATIVOS | *¿Qué no funciona y por qué no?*** |
|  |
|  |  |  |
| ELEMENTOS CREATIVOS / DE DISEÑO |
| ***¿Cuáles son los componentes creativos /de diseño fundamentales del proyecto?*** ***(es decir, guías de estilo, apariencia y sensación, piezas impresas específicas)?*** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
| PÚBLICO OBJETIVO |
| **| OBJETIVO DEL PROYECTO *¿A quién estamos tratando de llegar?*** |
|   |
| **| OBJETIVO DE MARCA *¿Con quién habla la marca?*** |
|   |
| **| DE REACCIÓN DESEADA *¿Qué acciones desea que tome su mercado?*** |
|   |

|  |
| --- |
| ACTITUD |
| **| DE TONO DEL PROYECTO *¿Qué rasgos estamos tratando de transmitir?*** |
|   |
| **| DE PERSONALIDAD DE MARCA *¿Qué características definen la marca?*** |
|   |
|  |  |  |
| ANÁLISIS COMPETITIVO |
| **REFERENCIAS | *investigación, inspiración y estilos dentro de industrias similares y otras*** |
|   |
| **LA COMIDA PARA LLEVAR | *¿Cuál es la idea clave para ser recordada?*** |
|  |
| **| DE LEMA *copia preparada, palabras clave o tema*** |
|  |
|  |  |  |
| ESTRATEGIA DE MEDIOS Y REQUISITOS DE IMAGEN |
| **DIRECTRICES DE MARKETING** |
|   |
| **MATERIALES DE MARKETING** |
|   |
| **GRAFISMO** |
|   |
| **FOTOGRAFÍA** |
|   |
| **MULTIMEDIA** |
|   |
|  |  |  |
| HORARIO |
| **CRONOGRAMA PROYECTADO** |
|   |
| **FECHAS IMPORTANTES / PLAZOS** |
|   |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| PRESUPUESTO |
| **IMPORTE** |
|   |
| **FUENTES DE FINANCIACIÓN** |
|   |
| **PROYECCIONES FINANCIERAS ADICIONALES / NOTAS** |
|   |
|  |  |  |
| ADEMÁS |
| ***Incluya cualquier información crítica adicional.*** |
|   |
|  |  |  |
| COMENTARIOS Y APROBACIÓN |
| **COMENTARIOS** |
|   |
| **FECHA** | **FIRMA** |
|   |   |

**RENUNCIA**

Cualquier artículo, plantilla o información proporcionada por Smartsheet en el sitio web es solo para referencia. Si bien nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos representaciones o garantías de ningún tipo, expresas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, artículos, plantillas o gráficos relacionados contenidos en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo.