



UrBeat.com

Campaña de Postales | ¿A dónde vas a ir hoy? | 2009

Urbeat® es una herramienta de promoción importante para toda aquella empresa que se encuentren en el ramo de gastronomía, centros nocturnos, espectáculos, moda, viajes, Y CUALQUIER MARCA que requieran de una CAMPAÑA ALTERNATIVA Y DIRECTA al mismo tiempo, ofreciendo distintas formas de promoción dentro del portal.

Nuestros Usuarios

- » **93%** nivel socioeconómico ABC+
- » **82%** edad entre 18 y 44 años
- » **58%** hombres
- » **42%** mujeres
- » **85%** influenciados en la toma de decisiones a través de internet

LA CAMPAÑA A Dónde vas a Ir Hoy?

Una de las estrategias de mercadotecnia para **promocionar a UrBeat®** y que lo han hecho destacar; son las campañas de postales tituladas **¿A Dónde Vas A Ir Hoy?** en los años 2007 y 2008; con una impresión de **40 mil postales** cada una, realizadas y dirigidas por UrBeat con el apoyo de importantes marcas que se han publicitado en estos proyectos.

Las postales resaltan información a cerca de UrBeat® y cuentan con espacios para publicidad en donde las marcas participan en los distintos diseños, elaborados de acuerdo a los diferentes tipos de audiencia que UrBeat tiene. Éstas son **entregadas en conciertos, bares y antros de la ciudad que se visitan para armar la sección de Galerías.**

En base al gran impacto que han generado las campañas anteriores, se ha logrado que el número de visitantes a UrBeat® aumentara **más del 250% aproximadamente**, favoreciendo a todas las marcas que confiaron en este proyecto.

EMPRESAS QUÉ HAN PARTICIPADO.

Locaciones:

Hotel Clarum 101 (Campaña 2007)
Torres Aura De Grupo Frava (Campaña 2008)

Modelos:

Maniquí Modelos Y Edecanes (Campaña 2007)
Citro Modelos (Campaña 2008)

Moda:

Jorge Lupercio (Campaña 2007)
Rg Sánchez (Campaña 2008)
Tatei (Campañas 2007 - 2008)
Royal Denim No Name (Campaña 2008)

Maquillaje Y Peinados:

Colora Studio (Campaña 2007)
Color And Tiff By Patrice (Campaña 2008)

Otras Marcas:

Agencia Fiat Guadalajara (Campaña 2007)
Agencia Bil Minerva Volvo (Campaña 2008)
Budweiser (Campaña 2008)

Fotografía e Iluminación:

ALEJANDRO LÓPEZ (Campañas 2007 - 2008)
Fotógrafo profesional con una excelente trayectoria, participó en la toma de fotografía con la calidad que se requiere para estas campañas y ha trabajado para las agencias de modelos y las marcas de ropa mencionadas.

Impresión:

EUROSTAMPA

La impresión de las postales es elaborada en cartulina sulfatada de 16 kg. con impresión a color al frente y una capa de barniz mate, y en la parte posterior impresos a una tinta con un tiraje de 40 mil postales.

Más información en <http://www.urbeat.com/mediakit>



EL PROYECTO 2009

DISEÑO.

Continuando con el concepto de las campañas anteriores, en el proyecto 2009, se pretende mostrar los distintos tipos de personas con actitud y varios gustos que encuentran en UrBeat® el lugar o el evento al que pueden asistir, por lo que se manejan cuatro conceptos básicos distribuidos en los siguientes proyectos:

CONCEPTO CHIC

Aquí se pretende mostrar a todo lo relacionado con los géneros alternativos y en los participantes se debe apreciar un estilo sensual, atrevida y cierta actitud retadora ante la vida al mismo tiempo.

CONCEPTO ELEGANTE - MADURO

Dirigido al adulto contemporáneo que visita UrBeat®, en el que más que un concierto, lo que encuentran es un lugar ideal para cenar, tomar la copa, compartir con los amigos o donde celebrar una reunión ejecutiva, representados con un vestuario más elegante.

CONCEPTO CASUAL - JUVENIL

En este proyecto se pretende mostrar al público que se encuentra dentro de la onda Pop más joven y que están a la búsqueda de conciertos o la información a cerca de sus artistas favoritos y que lo encuentran en UrBeat®.

CONCEPTO ROCK - FASHION

Personificado por Jóvenes con cierta actitud vigorosa y retadora ante la vida, siendo éste público el que encuentra en UrBeat® los conciertos y lugares donde pueden vivir el rock, el punk, y demás géneros alternativos.

ESPACIOS PARA PARTICIPAR EN EL PROYECTO.

Para la presente, se realizará LA PROMOCIÓN DE MARCAS de productos y servicios que estarán interactuando en la imagen principal y la inserción de su logo en la parte posterior de las postales (sólo donde participe su producto o servicio, siendo un mínimo aproximado de 10 mil postales).

PARA EL DESARROLLO SE REQUIERE:

- » **LOCACIÓN:** Hoteles, Negocios, Restaurantes, Centros Comerciales, Gimnasios, etc.
- » **Requerimiento: 2 a 4 locaciones.**
- » **MODELOS:** Hombres y Mujeres jóvenes, y adulto joven.
- » **Requerimiento: mínimo 14 modelos.**
- » **MAQUILLAJE Y PEINADOS** que manejen diversidad desde sencillo, elegante y alternativo.
- » **Cantidad:** a criterio de la empresa que lo proporcione.
- » **ROPA MODA HOMBRE:** estilos casual, alternativo, elegante, chic, etc.
- » **Requerimiento 2 marcas por concepto con 2 cambios por modelo**
- » **ROPA MODA MUJER:** casual, alternativo, elegante, chic, etc.
- » **Requerimiento 2 marcas por concepto con 2 cambios por modelo**
- » **OTRAS MARCAS:** Computadoras, Automóviles, Bebidas, Telefonía Celular, Revistas, etc.
- » **Requerimiento: Mínimo 2 marcas por concepto**

FECHA DE REALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Cierre de patrocinios Jueves 25 de Junio 2009.
Sesión fotografica una semana despues del cierre. El diseño e impresión de las mismas una semana después, para la segunda quincena de Julio se tenga todo el material listo para comenzar con la promoción.

COSTO DEL ESPACIO.

Tomando en cuenta que la promoción no es un gasto, sino una inversión para la promoción de su negocio, el costo por cada marca que invierta en esta campaña, incluye también la promoción en varios espacios dentro del portal de UrBeat®,

Pregunte a nuestro ejecutivo de cuenta.

Agradecemos las atenciones prestada al presente y quedamos a sus órdenes para cualquier aclaración, esperando ser la mejor opción para la promoción de su marca.

ATENTAMENTE

LDCG. EDGAR ALAIN BULTRAGO RAMIREZ
DIRECTOR GENERAL DE UrBeat®

COMERCIALIZACIÓN

email: info@UrBeat.com

DATOS DEL PROYECTO.

Idea, Conceptualización y Desarrollo: LCTC. Carlos Manuel Serna Terán, .Director de Operaciones de UrBeat®.
Diseño Gráfico: LDCG. Edgar Alain Bultrago Ramirez, Director General de UrBeat®

