

CONTEXT AD CHECK

 Testeo de conceptos y piezas publicitarias
para evitar riesgos en escenarios de crisis

Desde hace unos meses el contexto nacional se ha visto enfrentado a ciertos **hitos que han generado diversos cambios**, en el ámbito...

...SOCIAL

...POLÍTICO

...ECONÓMICO

...CULTURAL



Cambios que, sin duda, han generado un

FUERTE IMPACTO

en prácticamente todas las esferas que circundan nuestras vidas, especialmente en las relacionadas a la percepción de salud y seguridad.

En contextos que se complejizan debido a la rápida transformación de las dinámicas socioculturales, es recomendable **sondear** **previamente los mensajes y contenidos** que buscan construir relaciones de sentido con la

CONTINGENCIA y, por ende,
CON LAS PERSONAS.



...Y LA **CONTINGENCIA** ES PRECISAMENTE EL EXPERTISE DE **CRITERIA**



Hemos estado estudiando -de manera consistente-, generando no sólo conocimiento,
sino que también **CONEXIÓN** con la ciudadanía.

En **CRITERIA** entendemos la
**COMUNICACIÓN
PUBLICITARIA** como un vehículo de
contacto entre las marcas y la ciudadanía, el que sin
duda requiere ser monitoreado para lograr
detectar su impacto, sobre todo en un contexto
social que está en constante transformación.



Esto nos ha permitido identificar los principales
DESACOPLES entre las
**MARCAS Y LA
CIUDADANÍA** con foco en la
contingencia social y política de Chile.

A partir de nuestro monitoreo ciudadano, identificamos

4 ÁMBITOS DE CONEXIÓN

de las marcas con la ciudadanía en el Chile de hoy.



NO ME MIENTAS

Estamos habitando un escenario de mayor sensibilidad frente al tema del engaño.



ESCÚCHAME

Existe una necesidad de ser protagonista, de ser escuchados y tener voz. *“Power to the people”*



TRÁTAME SIMÉTRICAMENTE

Buscan ser tratados de manera horizontal, con empatía, credibilidad y respeto.



HAZ ALGO POR MÍ

Emerge la necesidad de instaurar un nuevo trato, que implica poder tener un mejor mundo de posibilidades.



A partir de ese marco analítico,
desarrollamos una herramienta que chequea el

(DES) ACOUPLE

de la comunicación con la contingencia.

¿Para qué?

PARA NO COMETER ERRORES

¿Por qué fracasó el comercial de Pepsi con Kendall Jenner?



<https://www.youtube.com/watch?v=-nJFNPOdDiE>



DISCULPAS PÚBLICAS DE PEPSI

“Pepsi intentaba proyectar un mensaje de unidad, paz y entendimiento. Claramente no lo logramos, y nos disculpamos. No quisimos quitarle importancia a un tema tan relevante. Estamos removiendo el contenido y deteniendo cualquier implementación adicional del mismo. También nos disculpamos con Kendall Jenner por ponerla en esta posición” Pepsi™ (@pepsi) April 5, 2017



DESDE LA METODOLOGÍA
CUALITATIVA CON
“RELATOS PERSONALES”

DESDE EL CONOCIMIENTO Y
EXPERTISE SOBRE EL
CONTEXTO SOCIAL EN CHILE

CONTEXT AD CHECK **DISASTER CHECK**

DESDE LA RÁPIDA TOMA DE
DECISIÓN:
5 DÍAS

DESDE ANÁLISIS Y
METODOLOGÍAS NO
ESTANDARIZADAS

DESDE LA ASESORÍA EN
COMUNICACIÓN

Evaluación vía paneles online mediante preguntas abiertas, que nos permiten explorar en los discursos de las audiencias invitando a las personas a escribir su sentir frente a un concepto, pieza publicitaria o campaña.

CONTEXT AD CHECK

METODOLOGÍA CUALITATIVA

Las respuestas son leídas, estructuradas, clasificadas e interpretadas cualitativamente para reconocer su potencial y efecto en las audiencias

Análisis de **48**
relatos personales

¿QUÉ CHEQUEAMOS?

Evaluación de concepto o
pieza publicitaria
UF 56



(DES) ACOPLA CON LA CONTINGENCIA



EMPATÍA CON LO QUE VIVEN LOS CHILENOS HOY



TONO & ESTILO



BRANDING

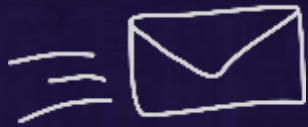


RELEVANCIA EN UN CONTEXTO DE INCERTIDUMBRE



TRANSPARENCIA HACIA LA CIUDADANÍA

CONTEXT AD CHECK



¿Necesitas testear conceptos y/o piezas publicitarias?
Contáctanos para ayudarte a no cometer errores.



BEATRIZ HIRATA
Directora de cuentas
bhirata@criteria.cl

ANDRÉS MENDOZA
Directora de cuentas
amendoza@criteria.cl

ARMANDO ALCÁZAR
Director Branding y desarrollo de contenidos
aalcazar@criteria.cl