

Lanzamiento de producto

¿Qué es?

El lanzamiento de un producto consiste en una serie de actividades que tiene como objetivo principal comunicar al mercado acerca de este y todo lo que está involucrado con él.

¿Para qué se hace?

El lanzamiento de un producto se lleva a cabo para dar a conocer el producto y cada una de sus propiedades y características.

¿Cuáles son los pasos para crear uno?



1

Generar ruido: Es importante dar a conocer el producto por diferentes medios como redes sociales, televisión, radio, etc.



2

Crear una estrategia: Ofrecer comisiones es una forma de incentivar a tus aliados y de esta manera contar con un apoyo extra.



3

Evento para el lanzamiento: Incluir concursos son incentivos para motivar a los afiliados.



4

Atracción: Crear un mensaje que logre comunicar las ventajas y beneficios que ofrece este nuevo producto.



5

Venta: Analizar el costo, crear un mecanismo fácil para localizar el producto, y optimizar las redes sociales.

¿Campaña de expectativa?

Es una estrategia de comunicación que usa la publicidad para generar emociones al usuario, como curiosidad ó expectativa y de esta manera generar una pre-aceptación.

Ej: Nike publica un anuncio donde se ven caras conocidas del fútbol pero no muestra el producto, Al final se informa la fecha de lanzamiento.



¿Quiénes están involucrados en un lanzamiento?

Agencias de Publicidad.
Medios de comunicación y Prensa
Aliados Comerciales
Planificadores
Directivos y desarrolladores.



¿Qué tipo de productos necesitan un lanzamiento?

Productos que son nuevos en el mercado y buscan generar un impacto.

Ej: 29 junio 2007
“Lanzamiento del Iphone”

Ej: Class of 2015
“Victoria secret fashion show”



¿En qué influye la marca a la hora de hacer un lanzamiento?

La marca influye en la manera que se quiere dar a conocer la marca, ya que dependiendo la personalidad o arquetipo de esta, el evento al igual que el producto tienen que ser armónicos a ellos.