



Evaluación Campaña de Mercadeo

13er Festival Ponte los Cortos



Objetivos

- Explorar la carrera de ventas & mercadeo a través de diversas tareas girando alrededor de la promoción de su cortometraje, y mas allá, la venta de boletos para estrenos.
- Promover la producción de cada casa productora con el fin de impactar la venta de boletos de los estrenos.
- Familiarizarse con esfuerzos estratégicos que cumplan con dar a conocer sus esfuerzos impactando a ese publico amante del cine y esos dispuestos a apoyar su producción.



Herramientas Publicitarias

- Trailer (90 ss máximo)
- Teaser (5ss a 30ss máximo)
- Posts en redes sociales (medir likes vs views)
- Afiches
- Media Tour a ser confeccionado por cada casa productora.



Trailer

- El trailer es la pieza que apoya a:
 1. a comunicar el mensaje de tu producción
 2. brinda protagonismo a actores principales,
 3. informa cuando y donde, y
 4. establece el tono de tu género cinematográfico.
- Estándares:
 1. 60ss a 90ss
 2. Integra título de la producción
 3. Integrar nombre de casa productora
 4. Integrar logo MAPR / FPLC
 5. Integrar clasificación del cortometraje



Teaser

- El teaser es la pieza que apoya a:
 1. A crear intriga y curiosidad
 2. Coquetea con el consumidor enseñando muy poco, pero suficiente para que se sepa es una producción en la industria de entretenimiento.
 3. informa cuando y donde, y
 4. establece el tono mas intenso al trailer de tu género cinematográfico.
- Estándares:
 1. 5ss a 30ss
 2. Integra titulo de la producción
 3. Integrar nombre de casa productora



Afiche & Boleto

- Afiche: 24" x 36"
 1. Integrar Título de la producción
 2. Integrar logo casa productora
 3. Integrar logos Museo de Arte de PR & FPLC
 4. Crear un diseño gráfico relevante a la producción
 5. Integrar clasificación
 6. Integrar actores principales (no en boletos)
 7. Integrar posiciones claves en la producción (no en boletos)
 - Director / Libretista / Camarógrafo / Edición / etc.



Posts Redes Sociales

- Frecuencia en subir contenido en redes sociales.
- Tener un mix de redes sociales bajo su casa productora.
- Subir pics:
 1. Pre-Producción
 2. Producción
 3. Post Producción
 4. Promuevan vía Trailer / teaser / afiche
- Impactar likes & views a través de esfuerzos orgánicos o via social ads.



Venta de Boletos

- Indiscutiblemente, todos estos esfuerzos promocionales y estrategias giran alrededor de una venta de boletos saludables por la cual pudiese la casa productora generar ingresos, y sobre todo cubrir gastos “out of pockets”.
- Se entrega el forecast una semana antes de sus estrenos. El reporte de ventas se debe incluir en este documento tras finalizar su estreno en el MAPR, que es verdaderamente cuando sabrán venta total de su estreno.