

## Elementos Claves de Marketing Consejo de las Artes de Ohio

### Cuatro Elementos Claves para Diseñar un Exitoso Plan de Marketing:

**Imagen y Reconocimiento** – Desarrolle una imagen, un formato y mensaje común para ser usados en todos los materiales de publicidad y marketing. Comuníquese con los miembros de la comunidad por lo menos una vez al mes - ¡No deje que se olviden de usted! Usar el mismo diseño y formato básico para todos sus elementos de marketing es eficiente y efectivo.

**Objetivo y Enfoque** – Determine quién es su público, así como también dónde, cuándo y cómo llegar a ellos. ¿Cuál es el mejor y más conveniente marketing que usted puede realizar? Combine por lo menos tres diferentes formas para cada que miembro de su público reciba el mensaje que usted desea entregar.

**Precisión y Claridad** –Entregue la información completa en una secuencia lógica. Recuerde que usted puede perder la atención de quien lo escucha, lee o ve después de unas pocas palabras; por lo que debe asegurarse de que las primeras palabras o las más largas sean las más importantes. Pida a alguien que no tiene conocimiento previo del proyecto que lea el material para usted.

**Buena planificación del tiempo** – Planifique para que el marketing y la promoción sean puntuales. Su mensaje debería comenzar a aparecer, por lo menos, tres semanas antes de un evento o plazo final, y con varios meses de antelación, si usted realizará exhibiciones o presentaciones con jurado.

### Cuatro Elementos Primordiales en un Plan de Marketing:

**Productos y Servicios** – Esto se refiere a lo que su organización ofrece – presentaciones, talleres, conferencias, exhibiciones, proyectos – y cómo será presentado. Los productos y servicios deberían ser diseñados para satisfacer las necesidades de su comunidad.

**Distribución** – El espacio o lugar en que sus productos y servicios serán ofrecidos. Piense en la capacidad del local, ubicación de éste dentro de la comunidad, horas de funcionamiento, etc.

**Determinación de los precios** – Es el dinero que usted cobrará: Para determinar los precios de los productos o servicios, usted debe considerar: 1) los costos fijos y variables comprometidos; 2) la capacidad de pago del público; y 3) el rango de precios de productos o servicios similares. El precio puede ser diferenciado, de modo que varios clientes paguen diferentes montos; por ejemplo, de acuerdo a la ubicación del asiento o fecha de la compra.

**Promoción** – Se refiere a la forma en que usted mostrará su imagen y motivará a las personas a responder. Ello significa diseñar un mensaje y comunicarlo al público-meta. Entre las herramientas de comunicación se incluyen: boletines, comunicados de prensa, publicidad, letreros, sitios web y folletos.

Adaptado de: Increasing Cultural Participation: An Audience Development Planning Handbook for Presenters, Producers and Their Collaborators, de Paul Connolly y Marcelle Hinand Cady

Fuente: Community Arts Handbook, South Dakotans for the Arts