

## ESTRATEGIA CREATIVA

### 1. Como Realidad

Nescafé es un café instantáneo de gran sabor y aroma original, similar al del café pasado.

Nescafé está elaborado a partir de la mejor selección de granos de café 100% peruanos, tostados con la más alta calidad que permiten ofrecer un fino aroma y sabor de un buen café.

### 2. Como Percepción

Nescafé es considerado por su público como el café instantáneo de mejor sabor y aroma, además de ser tradicional ya que se encuentra en el mercado y en la preferencia desde hace muchos años.

### 3. Etapa en la que se encuentra la comunicación

Nescafé no se olvida de su público y desarrolla constantemente campañas publicitarias a fin de recordar que es el mejor café instantáneo dejando atrás a su competencia.

Actualmente, Nescafé se encuentra realizando la campaña llamada "La Hora Nescafé" sorteo en el cual los consumidores tienen la oportunidad de ganar mil soles cada hora a lo largo del día, depositando una etiqueta de cualquiera de las presentaciones en pote de Nescafé, en las instalaciones de América Televisión.

### 4. Público Objetivo

El público objetivo al cual irá dirigida la campaña será:

Matrimonios Jóvenes de edades que fluctúan entre los 25 y 35 años de edad.

### 5. Tratamiento de los objetivos de comunicación

Con esta campaña se desea comunicar ***el deseo de vivir un buen momento y que mejor momento que cuando se comparte un Nescafé*** con esa persona especial que se ha elegido para pasar el resto de su vida.

### 6. Composición de la ventaja diferencial

En mensajes publicitarios anteriores la comunicación de Nescafé se orienta a las amas de casa y familias, en esta oportunidad la campaña estará dirigida a mujeres jóvenes y activas que empiezan una nueva etapa de su vida en compañía de su pareja, esta estrategia tiene como fin capturar este segmento que aun no ha sido tomado en cuenta para ser de ellos consumidores de Nescafé.

El objetivo será fidelizar a este grupo objetivo con el propósito que en un futuro comparta también la tradición de tomar café con su familia.

### 7. Concepto de Campaña

La campaña publicitaria de Nescafé desea posicionarse en parejas jóvenes con la siguiente frase:

**“ Sabor y Aroma que se comparte”**

### 8. Tono de Comunicación

Emplearemos para la siguiente campaña el tono emocional y sensorial ya que queremos que este público sienta lo agradable que es disfrutar los gratos momentos en compañía de su pareja compartiendo con Nescafé.

**Emocional:** el hecho de compartir un buen momento en compañía de esa persona especial.

**Sensorial:** el olor, el aroma, el placer de sentir ese gusto tan exquisito que ha hecho de Nescafé el número 1.

### 9. Estructura del copy

Se mostrará una joven pareja compartiendo momentos gratos en la intimidad de su hogar, disfrutando del sabor incomparable de Nescafé.

- Televisión
- Spot Radial
- Paletas luminosas
- Revistas

**Guión Literario de Televisión 30”**

Será la rutina diaria de una pareja de recién casado. Se despiertan, se besan, cada uno de ellos rápidamente se empiezan a alistar para ir al trabajo. Ella se baña, el se afeita, ambos se visten y bajan a la velocidad de un rayo las escaleras ya que están apurados y el tiempo en las mañanas, especialmente, es oro. Pero llega el momento de tomar desayuno y cada uno de ellos se sienta tranquilamente en la mesa, se sirven una taza de Nescafé, se miran, y disfrutan de sabor y el aroma de café. Porque siempre hay tiempo para disfrutar de un buen momento con esa persona especial y que mejor en compañía del mejor café, Nescafé.

<b>PLANO GENERAL DEL CUARTO</b> Una pareja joven se despierta, se dan un beso en la boca y se levantan rápido	
<b>PLANO ENTERO DE LA PUERTA DEL BAÑO</b> Se ve que ellos entran apresurados	
<b>PLANO BUSTO . El afeitándose</b>	
<b>PLANO BUSTO .</b> Ella duchándose	
<b>PLANO GENERAL DEL CUARTO.</b> Se ve que la pareja esta terminando de vestirse	
<b>PLANO MEDIO.</b> Ella arreglándole la corbata a el.	
<b>PLANO AMERICANO .</b> Ella agarrando su cartera.	
<b>CONTRAPLANO DE LA PUERTA DEL CUARTO.</b> Ellos saliendo apresurados	
<b>PLANO GENERAL DE LA ESCALERA.</b> Ellos bajando apresurados para irse a trabajar	
<b>PLANO ENTERO DE COCINA.</b> Se ve que ellos se sientan en la mesa y se calman.	
<b>CLOSE-UP .</b> El oliendo el aroma del café	
<b>CLOSE-UP.</b> Ella tomando el café y disfrutando	
<b>PLANO GENERAL DE COCINA .</b> Ellos con las tazas de café en la mano mirándose, conversando y riendo, compartiendo NESCAFE.	Loc en OFF Nescafé, Sabor y Aroma que se comparte.

**GUION LITERARIO DE RADIO 6”**

El spot de radio provocará al oyente a tomar Nescafé en sus diferentes presentaciones a determinadas horas. El spot invitará al oyente con la siguiente frase:

“Disfruta del sabor y aroma de Nescafé TRADICION. Nescafé, sabor y aroma que se comparte.”

“Disfruta del sabor y aroma de Nescafé KIRMA. Nescafé, sabor y aroma que se comparte.”

“Disfruta del sabor y aroma de Nescafé DECAF. Nescafé, sabor y aroma que se comparte.”

“Disfruta del sabor y aroma de Nescafé CAPUCCINO. Nescafé, sabor y aroma que se comparte.”

“Disfruta del sabor y aroma de Nescafé RISTRETO. Nescafé, sabor y aroma que se comparte.”