

KIT DE CAMPAÑA

Vino y Vida
#MaridajePerfecto

Enoturismo
Chile

INTRODUCCIÓN

El presente texto tiene por finalidad establecer las normas de uso y aplicación de las diferentes piezas gráficas que componen la primera campaña digital de posicionamiento de Enoturismo Chile, así como el modo en que deben ser empleadas en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) por los diferentes actores asociados a su difusión.



OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

La presente campaña digital de posicionamiento del Enoturismo tiene tres objetivos:

1...

Dar a conocer el Enoturismo en Chile y aumentar su conocimiento entre los públicos prioritarios, comunicar sus atractivos y las características de sus valles.

2...

Crear interés en el turista nacional por la experiencia enoturística de la zona central, destacando sus principales cualidades: variada, cercana y viva.

3...

Difundir atractivos y particularidades de los valles priorizados como soporte para posicionar a los propios territorios como núcleos del Enoturismo.



NUESTRO PÚBLICO

La campaña está dirigida a dos segmentos principales de público, cada uno de los cuáles abarca a ambos géneros y han sido caracterizados de la manera siguiente:

I. Profesional joven abierto a nuevas experiencias

- Exigente, informado y digitalizado
- Entre 25 y 35 años
- De ingreso medio-alto y alto
- Profesional universitario y postgrado (fuera del país)

Dentro de este segmento se distinguen los subsegmentos:

- a) Solteros (hombres y mujeres)
- b) Parejas
- c) Grupos de amigos (hombres y mujeres)
- d) Parejas con hijos pequeños
- e) Amantes del vino

2. Adulto en busca de calidad y tranquilidad

- Valoran la calidad de vida y disfrutar del ocio
- Entre 35 y 55 años
- De ingreso medio-alto y alto
- Profesional con postgrado

Dentro de este segmento se distinguen los subsegmentos:

- a) Solteros (hombres y mujeres)
- b) Parejas



CONCEPTOS PRINCIPALES DE LA CAMPAÑA



Maridaje Perfecto

Tagline principal, articulador de la campaña. Refiere a la experiencia completa del Enoturismo.

Vino y Vida

Refuerzo del concepto. Diverso y vivo. Se utilizará para conectar las bajadas a los territorios.

Bajadas por valle

En pos de posicionar al conjunto del territorio como la unidad principal para esta primera campaña, en contraste con destacar determinados atractivos, cepas o viñas particulares, muchas de las piezas mencionan a uno de los cinco valles que hemos priorizado en esta oportunidad de acuerdo a su nivel de desarrollo enoturístico.

Para cada uno de estos valles se definieron una serie de atributos evocadores que los mensajes buscan destacar. Las piezas se desarrollaron en torno a estas características y de acuerdo a los diez subsegmentos demográficos definidos entre los dos públicos objetivos.

KIT CAMPAÑA

(Piezas para redes sociales)

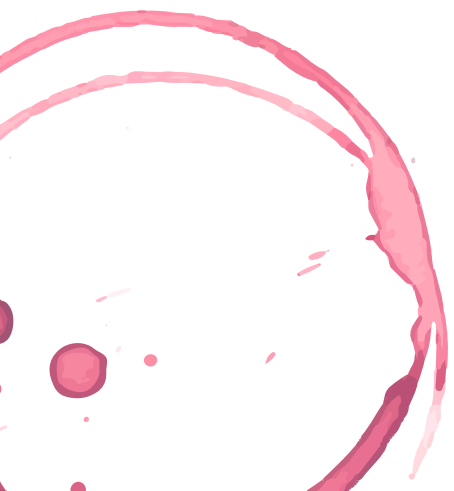
La presente campaña se difundirá a través de Facebook, Twitter e Instagram.

Para cada plataforma se presenta un set distintivo de piezas. **Estas piezas no pueden ser alteradas para incluir mensajes, logos o cualquier información gráfica o escrita adicional a la que ya poseen.**

No obstante, en el mensaje que acompaña a la publicación, además de usar el hashtag distintivo de la campaña, **#MaridajePerfecto**, si es posible y recomendable incluir alusiones específicas a un valle, atractivo, contexto, viña, cepa o vino específico que se quiera destacar en torno al concepto enoturístico presentado en la pieza.

Además de las piezas generales de campaña, se han desarrollado piezas vinculadas a la campaña **#MaridajePerfecto**, pero cuyo objetivo es la promoción de un evento o temporada enoturística particular que se ha decidido destacar durante el presente año.

Cada empresa y/o institución tendrá acceso a las piezas de su valle, a las piezas generales, y a las piezas especiales



Para acceder a estas piezas entra a www.enoturismochile.cl sección **descargas** ahí encontrarás las siguientes carpetas:



Día del vino



Fiestas Patrias



Generales



Valle de Casablanca



Valle de Colchagua



Valle de Curicó



Valle del Maipo



Valle del Maule

KIT CAMPAÑA

Cada carpeta contiene las piezas graficas por segmento, además cada pieza señala en su nombre la red social en la que debe se utilizada:

Instagram o Facebook:



In-Fb-Casablanca-Amigas.png

Twitter:



Tw-Casablanca-Amigas.png

* Sólo en el caso de algunas piezas de “Piezas Generales” la misma pieza puede ser usada en las 3 redes sociales (In-Fb-Tw), como lo señala su nombre



In_Fb_Tw_Piezas Generales-O3.png

Estructura pieza gráfica

Texto

texto relativo a los publico objetivos
y/o valles priorizados.

Color

Cada pieza tiene un color
particular en relación al valle o la
categoría de la pieza.

Zona de tagline de campaña

Vino y Vida
#MaridajePerfecto
Valle o bajada especial.



COLOR

Colores

Para cada uno de los valles se ha escogido un color representativo en base a los colores pertenecientes a la marca Enoturismo Chile.

Casablanca

Colchagua

Curicó

Maipo

Maule

Especial

MAL USO PIEZAS

Mal uso de piezas gráficas

Estas piezas no pueden ser alteradas para incluir mensajes, logos o cualquier información gráfica o escrita adicional a la que ya poseen.



Variar o intervenir color



Brandear con otro logo



Cortar



Forzar o modificar tamaño

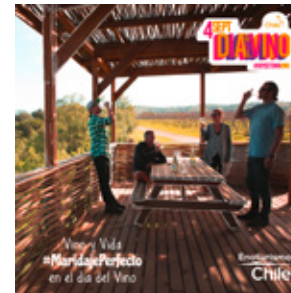
KIT CAMPAÑA

Algunas piezas contenidas
en las carpetas

Piezas generales



Piezas especiales (Día del Vino)

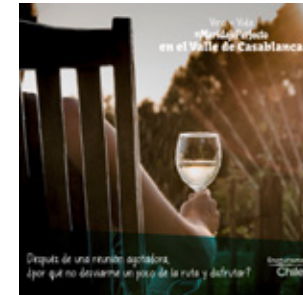


Piezas especiales (Fiestas Patrias)



KIT CAMPAÑA

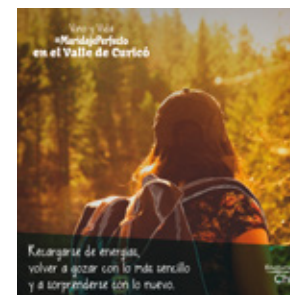
Valle de Casablanca



Valle de Colchagua



Valle de Curicó

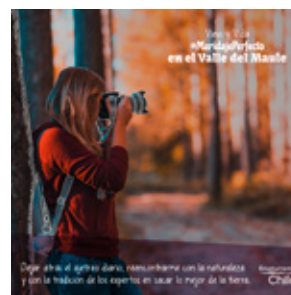


KIT CAMPAÑA

Valle del Maipo



Valle del Maule



Recomendaciones de mensajes y tono editorial para
Campaña Maridaje Perfecto

Vino y Vida **#MaridajePerfecto**

Enoturismo
Chile

INSTRUCCIONES Y RECOMENDACIONES

para la redacción de los
post de apoyo a la campaña
#maridajep perfecto

- Emplear un lenguaje cercano y cordial.
- Usar una o dos frases como máximo.
- Elaborar llamados a la acción a través de preguntas o exclamaciones.
- Usar hashtags (siempre **#MaridajePerfecto**, pero se pueden sumar otros, que aludan a eventos o situaciones especiales).
- Cuando corresponda, vincular los nuevos post a la dirección oficial de la campaña (www.enoturismochile.cl) y a las cuentas oficiales de Instagram (@maridajep perfecto.cl y @enoturismochile), Twitter (@ChileEnoturismo) y Facebook (@EnoturismoenChile).
- Se pueden emplear emojis, pero se debe evitar su uso excesivo y poco imaginativo.

El concepto central de los mensajes debe girar siempre en torno a la idea de que a través de las oferta enoturística de Chile los usuarios pueden encontrar su Maridaje Perfecto entre las experiencias, emociones y aventuras que disfrutan de la vida, su compañía preferida (pareja, amigos, familia), sus sabores favoritos y los mejores vinos. Esto apela a una enorme variedad de combinaciones posibles y eso debe quedar plasmado en los mensajes.

A continuación presentamos algunos ejemplos de mensajes que se usarán para la campaña general, para los eventos especiales y para la campaña alusiva a valles. Estos mensajes pueden ser usados por las redes de colaboradores y alterados en función de sus necesidades, siguiendo la lógica del mensaje central de la campaña.

CAMPAÑA GENERAL

- *Descubre todo lo que el Enoturismo en Chile tiene para ofrecerte. #MaridajePerfecto enoturismochile.cl*
- *Fin de semana, una oportunidad para reencontrarnos con las personas que queremos, relajarnos y descubrir nuestro #MaridajePerfecto.*
- *Si gozar de la naturaleza y compartir con los amigos es tu #MaridajePerfecto, ¡aprovecha este fin de semana para celebrar junto a ellos! 🥂 clink!-*
- *Silenciar el WhatsApp y escapar de la ciudad junto a esa persona que te llena de energías. Todos tenemos un #MaridajePerfecto, ¡descubre cuál es el tuyo! enoturismochile.cl*
- *Domingo para compartir un buen vino, una buena anécdota, un paseo emocionante y las risas de siempre. #MaridajePerfecto #HOYSETOMAVINO*
- *Tweets como este son sencillos de alterar para incorporarles información relevante para la cuenta particular que esté posteando la campaña. “Domingo” se puede reemplazar por una fecha particular, “un paseo emocionante” puede ser un paseo a un lugar concreto, etcétera.*



EVENTOS ESPECIALES

- *La mezcla precisa entre vino y vida: ese es nuestro #MaridajePerfecto! Descubre el tuyo en enoturismochile.cl y prepárate para el celebrar el día nacional del vino este 4 de septiembre. #DIADELVINO nosgustaelvino.cl*
- *Ven a celebrar el día del vino este sábado en el Parque Quinta Normal. Degustaciones, música en vivo y actividades para toda la familia. ¡Tu entrada es un corcho! Más información en nosgustaelvino.cl #HOYSETOMAVINO*
- *Llegó septiembre, un mes para compartir, gozar de nuestros sabores preferidos y descubrir nuestros vinos favoritos. ¡Conoce las experiencias que el enoturismo tiene preparadas para ti! #MaridajePerfecto*
- *Fiestas patrias + el aroma del verdadero campo + un buen plato típico + un delicioso tinto = Maridaje Perfecto. Todos tenemos nuestro #MaridajePerfecto este 18, ¿cuál es el tuyo?*



CAMPAÑA VALLES

- *Descubre el Valle de Colchagua, a menos de 2 horas de Santiago, y disfruta de un buen vino chileno junto a la compañía perfecta. #MaridajePerfecto enoturismochile.cl*
- *¿Una idea para sorprender a la persona que amas? A pocos kilómetros de Santiago, el valle de Casablanca te espera con un montón de alternativas para armar tu #MaridajePerfecto enoturismochile.cl*
- *¿Una aventura al aire libre + la compañía ideal + un atardecer junto a una copa de un fresco espumante? 🍷 ¡Lánzate a descubrir tu #MaridajePerfecto! enoturismochile.cl*
- *Un sábado para relajarse en familia, disfrutar del mejor clima y la naturaleza más fértil. ¡Ven a conocer tu #MaridajePerfecto en el valle del Maipo! enoturismochile.cl*
- Como vemos, los tweets de la campaña alusiva a valles contienen elementos simples de modificar para incorporarles información relevante para la cuenta particular que esté posteando la campaña.





Enoturismo Chile
Comité Ejecutivo Programa Estratégico
Equipo Enoturismo Chile
Consorcio I+D Vinos de Chile

Manual editado y diseñado por
Agencia Sangre

2018

Proyecto apoyado por

