



Montevideo, 13 de octubre de 2020

## **CAMPAÑA DE PROMOCIÓN PARA SISTEMA DE TELEPEAJE**

**CND-CVU/CC/18/550/2020**

### **COMUNICADO N° 2**

Por la presente enviamos Comunicado N° 2 correspondiente al Llamado de referencia, evacuando las consultas presentadas.

#### **Herramientas de campaña a priorizar**

Se deberá definir cuáles son los principales instrumentos para lograr el objetivo: incrementar los usuarios del sistema de Telepeaje.

Dentro del plan de campaña, cuál es la propuesta conceptual y no detallada. En líneas generales, la agencia deberá definir cuáles son los medios de comunicación elegidos, publicidad, promoción, distribución, marketing directo.

Se deberá definir dentro de cada punto propuesto el qué, cómo, dónde, etc. (y la elección de medios: televisión, radio, estaciones de servicio, cartelería, BTL, redes sociales, internet).

#### **Objetivos promocionales propuestos**

Se deberá definir cuál es el mensaje en cada acción.

Se estudiarán los mecanismos propuestos y los objetivos que se alcanzarán a través de los mismos.

Por ejemplo: "la campaña se basará en promotores que solamente entregarán folletos, o que tomarán datos y colocarán TAGs" o "la radio brindará información de puntos donde se colocan los TAGs e informará de los beneficios".

#### **Mezcla promocional propuesta**

Es importante que se expongan los criterios de las promociones de manera de que podamos evaluar si los criterios que va a llevar la agencia adelante se corresponden con la visión de empresa que tiene CVU.

Por ejemplo, si se propone emplear 40% en TV, 10 % en cartelería carretera y 50% en canales promocionales de distribución. Quizás el gasto en TV no logre que el público objetivo coloque el TAG, pero sí un promotor en una estación de servicio logre mayores resultados.

**Por CORPORACIÓN VIAL DEL URUGUAY S.A.**

  
**Cr. Jorge Olazábal**  
**Gerente**