

BRIEF

Cliente: POLICÍA NACIONAL	Proyecto: CAMPAÑA AVIACIÓN Posicionamiento de Marca
---------------------------	--

ANTECEDENTES (Experiencias que contribuyan a la creación de nuevas propuestas)

¿Cuál es su deseo o necesidad?	Definir y gestionar el diseño y formulación de actividades, tendientes al fortalecimiento de la comunicación pública (interna y externa) en la unidad, mediante el desarrollo de estrategias que aporten al mejoramiento de la credibilidad, confianza y posicionamiento del Área de Aviación de la Policía Nacional.
¿Por qué lo va a hacer?	Para transmitir a la comunidad y a los integrantes del Área de Aviación y de la Policía Nacional, el valor que significa respetar y proteger la vida, así como el afianzamiento de la cultura institucional que busca planear y gestionar la comunicación, como un ciclo estratégico y que permita diseñar acciones que instauren una cultura y un cambio de comportamientos entre los integrantes de la unidad.
¿Para qué lo va a hacer?	Surge como mecanismo para dar a conocer al cliente interno y externo las metas institucionales alineadas con las políticas de gobierno, a través de una planeación eficiente, eficaz y efectiva en las diferentes misiones aéreas que cumple la unidad, orientadas a mantener la paz, la tranquilidad, los derechos y libertades públicas, mediante el Modelo de Convivencia y Seguridad Ciudadana, logrando una sinergia con las demás unidades de la Policía Nacional e instituciones.

LA MARCA (Producto/servicio/entidad)

Descripción de la marca (qué es, en qué consiste, funciones)	El Área de Aviación de la Policía Nacional como entidad del Estado encargada de garantizar la Seguridad y Convivencia Ciudadana, realiza actividades tan importantes como: transporte de personal y carga, operaciones de alto valor, interdicción de cultivos ilícitos, apoyo humanitario, extinción de incendios, búsqueda y rescate aéreo. Asimismo apoya programas en pro del bienestar de los integrantes de la Policía Nacional y cumple con otras funciones inherentes a la aviación de estado.
Personalidad de la marca	Orientada a mantener la paz, la tranquilidad, los derechos y libertades públicas, mediante el Modelo de Convivencia y Seguridad Ciudadana, logrando una sinergia con las demás unidades de la Policía Nacional e instituciones.

BRIEF

SITUACIÓN

<p>Cada requerimiento obedece a algo. ¿Por qué se desarrolla este proyecto? ¿Qué variables dan razón al proyecto? ¿Por qué es significativo?</p>	<p>Esta campaña, requiere innovar el concepto creativo, tomando como referente la evolución de la estrategia y el contexto del país planificado a través de imágenes, palabras y sonidos, para conseguir y acertar en el modo de plantear el mensaje de forma que transmita todo aquello que la estrategia sugiere. Se busca que los creativos de la campaña encuentren cada día una forma mejor de expresar la razón misional del Área de Aviación de la Policía Nacional y que sirva para llamar la atención, crear notoriedad sobre la institución logrando la credibilidad, respeto y confianza de la comunidad, que mediante un pensamiento original, la imaginación constructiva, el pensamiento divergente o creativo, la generación de nuevas ideas o conceptos, solos o relacionados entre sí ayuden a buscar soluciones originales para que dentro de la realidad del país se continúe, desde el manejo estratégico de la Comunicación Pública y se prepare el escenario para la construcción de una Colombia en paz, estable y duradera.</p>
--	---

OBJETIVO

<p>General</p>	<p>Realizar la creación, producción y emisión de una campaña publicitaria para el Área de Aviación de la Policía Nacional que contenga piezas fotográficas y audiovisuales fundamentales para visibilizar los mensajes estratégicos que se quieran socializar, fundamentados en las temáticas de interés institucional que ayuden a fortalecimiento y posicionamiento de la unidad.</p>
<p>Específicos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dar a conocer las metas institucionales alineadas con las políticas de gobierno, a través de una planeación eficiente, eficaz y efectiva en las diferentes misiones aéreas que cumple la unidad. 2. Expresar la razón misional del Área de Aviación Policial que sirva para llamar la atención, crear notoriedad sobre la institución logrando la credibilidad, respeto y confianza tanto de la comunidad como del cliente interno. 3. Diseñar acciones que instauren una cultura y un cambio de comportamientos, como es el caso del fortalecimiento de la cultura institucional, clima laboral, convivencia y seguridad ciudadana; basado en un sentido humanista que involucra las diversas competencias de sus integrantes.
<p>¿Qué tono de comunicación se quiere implementar?</p>	<p>Asertivo, comunicativo y participativo.</p>

BRIEF

EL PÚBLICO

¿A quién va dirigido? (Edad, sexo, estrato, actividad, etc.)	Orientado al cliente interno y externo del Área de Aviación de la Policía Nacional.
¿Cómo lo reconocen sus clientes?	Nos reconocen como un apoyo para garantizar la Seguridad y Convivencia Ciudadana, realizar actividades tan importantes como: transporte de personal y carga, operaciones de alto valor, interdicción de cultivos ilícitos, apoyo humanitario, extinción de incendios, búsqueda y rescate aéreo.
¿Cómo quiere ser percibido?	Como la mejor Aviación de Estado que permita gestionar el logro de todos los procesos de soporte, materiales logísticos y de bienestar de personal, en todo el territorio nacional, de acuerdo a los lineamientos y estrategias establecidos por la Policía Nacional.

BARRERAS

Creencias, situaciones y tendencias que de una u otra forma se interponen en el alcance de nuestros objetivos.	El cambio del panorama nacional sumado al desconocimiento de la Aviación Policial, puede llegar a desorientar al cliente interno y externo en materia de resultados y/o alcances.
--	---

GUÍAS EJECUCIONALES

Mandatorios de marca (lineamientos corporativos, aspectos obligatorios o de ley que se deben tener en cuenta en la campaña)	Los mismos que han sido establecidos según la estrategia de comunicación para la Policía Nacional.
---	--

ENTREGABLES

Las piezas a desarrollar (tener en cuenta presupuesto)	<ul style="list-style-type: none"> El oferente deberá entregar la idea creativa y el plan de comunicaciones debidamente alineados a la estrategia de comunicaciones de la Policía Nacional, definiendo las líneas de acción para el desarrollo de la misma, para Aviación Policial.
--	--

BRIEF

- El oferente deberá entregar los story board solicitados para la elaboración de los mensajes audiovisuales, los cuales están sujetos a la aprobación del coordinador del contrato.
- El oferente entregará el diseño de las artes solicitadas por el Coordinador del contrato mediante comunicación oficial. Una vez aprobadas por el, estas serán adaptadas a los formatos requeridos para las plataformas de comunicación en que se utilizarán. Diseñar y ejecutar las estrategias de comunicación masiva para medios de comunicación internos (institucionales) y externos (redes sociales), por un periodo de seis (6) meses, las cuales deberán tener como mínimo los siguientes aspectos:
 - Objetivos y mapa estratégico a partir de audiencias, públicos potenciales, objetivos, mensajes clave y comportamiento deseado.
 - Propuesta de planes de comunicación de las iniciativas a implementar en cada una de las audiencias.
 - Propuesta de plan de medios, que defina los escenarios, conveniencia y oportunidad del momento a través de los cuales se debe implementar la campaña.
- De igual manera, el oferente deberá Implementar las estrategias de comunicación masivas, que sean aprobadas por el coordinador del contrato en un periodo de seis meses (6), las cuales deberán tener como mínimo los siguientes aspectos:
 - a) Realizar el desarrollo creativo y la producción de piezas, materiales, activaciones “ATL” y “BTL”, y en general los diferentes productos necesarios para la implementación de la estrategia de comunicaciones.
 - b) Coordinar, ejecutar y acompañar las actividades contempladas en los diferentes planes que hacen parte de la estrategia de comunicación interna y externa.
 - c) Asesorar, acompañar y ejecutar el desarrollo de la estrategia de comunicación interna y externa.

BRIEF

	<ul style="list-style-type: none"> Plan de comunicación digital para fortalecer las redes sociales de la Policía Nacional-Aviación Policial, el plan debe incluir todos los requerimientos para su ejecución e implementación fundamental, definiendo el presupuesto para su ejecución. Este será enviado para aprobación del Coordinador del contrato para su implementación. <p><u>Mensualmente el oferente entregará las evidencias de la ejecución del plan.</u></p>
<p>TIEMPO DE ENTREGA</p>	<p>10 meses</p>