CAMPAIGN BRIEF

De un pedido comercial a una propuesta planificable

PLANTILLA EDITABLE · COMPLETAR CAMPOS

Campaign ID	[Nombre / código]
Marca / producto	[Marca y oferta concreta]
Mercado / idioma	[País / idioma]
Período	[Inicio / fin / duración]
Responsable de brief	[Nombre y rol]

01 BUSINESS CHALLENGE

¿Qué problema comercial necesitamos resolver y con qué evidencia?

[Describir situación, evolución, competencia, barreras, datos disponibles y preguntas pendientes.]

02 OBJECTIVES & KPIs

Separar negocio, marketing, medios y qué puede medirse.

Objetivo comercial	[Objetivo con métrica y período]
Objetivo de campaña	[Comportamiento esperado]
KPI operativo	[KPI + fuente]
Fuente comercial	[Fuente de ventas confirmadas]

03 AUDIENCE & INSIGHT

No confundir demografía con necesidad real.

[Perfil de necesidad, comportamiento de búsqueda, barreras, contexto geográfico y datos que sustentan la hipótesis.]

04 MESSAGE & PROPOSITION

Una promesa comprobable, con evidencia y CTA.

Propuesta	[Propuesta de valor y beneficio]
Prueba	[Evidencia y aprobaciones]
CTA	[Acción deseada]

05 DELIVERABLES & CHANNELS

Distinguir activos disponibles de producción pendiente.

[Activos disponibles: video, copys, piezas, sitio y permisos. Canales en evaluación, formatos, exclusiones y necesidades de producción.]

06 BUDGET & TIMING

Aclarar moneda, fees, impuestos, producción y responsables.

Inversión de medios	[Monto, moneda y alcance]
Flight	[Semanas, lanzamientos, bursts]
Exclusiones	[Fee, tecnología, impuestos, producción, etc.]

07 MEASUREMENT & CONSTRAINTS

Qué puede demostrarse y qué no.

[Plan de medición, fuentes, tracking, privacidad, limitaciones de atribución, riesgos y supuestos.]

08 OPEN QUESTIONS

Preguntas que deben resolverse antes de aprobar un media plan.

☐ [Pregunta comercial no resuelta]

☐ [Pregunta de audiencia]

☐ [Pregunta sobre medición y fuentes]

☐ [Pregunta sobre calendario/aprobaciones]

09 APPROVAL & HANDOFF

El brief no está aprobado hasta que se resuelvan bloqueantes.

Estado	[Draft / Approved / Changes requested]

Cliente responsable	[Responsable]
Planner responsable	[Responsable]
Fecha de aprobación	[Fecha]
Documento siguiente	[Enlace al plan]

10 WORKING NOTES

Cómo utilizar este brief en un proyecto real.

01. Validar problema, presupuesto y responsabilidades antes de planificar.

02. Documentar hipótesis en vez de presentarlas como hechos.

03. Evitar prometer incrementalidad sin metodología apropiada.

04. Mantener el mismo Campaign ID en media plan, QA y reporte.

05. Guardar versión fechada; los cambios de alcance deben aprobarse.

REFERENCIAS PRÁCTICAS

https://support.google.com/google-ads/ · https://support.google.com/analytics/ · https://support.google.com/tagmanager/

Material educativo de ELJAB Academy. Caso simulado sin datos comerciales reales. Adaptar condiciones legales, términos de plataformas y requisitos de privacidad a cada mercado.