



QUÉ PASARÍA SI HACEMOS: _____
Sensibilización/educamos al mercado respecto a la importancia de consumo de productos y servicios de la industria creativa y cultural local.

POR MEDIO DE: _____
Canales masivos de difusión con contenido audiovisual que permita viralizarse en línea en los países de la región

DIRIGIDO A: _____
Personas de los países de América Latina y el Caribe que se encuentran entre los 18 y 35 años de edad.

FORMATO EVALUACIÓN

	GEMA 1 MASTERCLASS	GEMA 2 ARTETONIC	GEMA 3 Cineclub
3 puntos cuando la respuesta es si 2 puntos cuando la respuesta es creo que si 1 punto cuando la respuesta es no			
¿Esta gema resuelve el reto propuesto?	✓	✓	✓
¿Esta gema aprovecha los talentos y recursos del equipo?	✓	✓	✓
¿Esta gema se puede materializar de hoy a mañana?	✓	✓	✗
¿Me gusta y quiero trabajar para materializar esta gema?	✗	✓	✗
TOTAL	11	12	6

3 Fases de experiencia de los usuarios (La caja de cereal)

- 1) **Pre servicio:** Buscamos capturar audiencia a través de contenido de alto nivel y muy bien curado sobre diferentes industrias del arte. Tanto la información como la forma de presentarlo será tan atractivo que el segmento definido querrá estar informado con el contenido que entregamos de manera gratuita. A través de herramientas para adquirir audiencia como campañas y activaciones dirigidas en redes sociales.
- 2) **Durante:** el punto más esencial de esta experiencia serán conversaciones poderosas con líderes de las industrias del arte en donde seremos unos agentes de cambio que propenderá por impulsar el consumo del arte de la región a través de diferentes medios como lo son: medios digitales, podcasts, medios audiovisuales. Con énfasis en diferentes estudios. Estos diálogos son esenciales en la estrategia digital pues queremos diferenciarnos de otras iniciativas que parecen más un monólogo, vamos a activar la conversación y además a generar vínculos poderosos entre el equipo, invitados y la comunidad que creamos en Artetonic
- 3) **Pos servicio:** una vez el usuario ha terminado de interactuar con nosotros, buscaremos los canales indicados para seguir entregando este tipo de contenidos, emailing, eventos, exposición digital, entre otros. Mantener un diálogo constante en

esta fase garantiza que el ciclo se reinicia vía el voz a voz así como el reuso de Artetonic como servicio y experiencia de arte.

Contenido:

Red de contactos, equipos y software de diseño y producción, talento creativo en diseño y producción, metodologías de marketing y emprendimiento, storytellers, aliados estratégicos, herramientas de medición de impacto de tipo KPI y OKR.



Plan de Acción

Insights accionables ya (abril 2020)

- Definición propósito superior:
Por qué: 'crear resiliencia en los sectores del arte en la región'
Cómo: 'Impulsar el consumo de arte de LATAM y el Caribe'
Qué: una comunidad digital que dialoga y se activa a través de las redes sociales y un podcast regional.
- Direccionamiento estratégico, aliados clave, recursos clave, indicadores clave etcétera.
- Prototipos y mínimo producto viable: un podcast, grabado en plataformas digitales, una comunidad de la región interesada por la conversación en temas de arte.
- Contactar a primeros entrevistados - ¿Por qué consideras que lo que haces es arte?, post para instagram y potencial invitado a conversar en podcast.
- Abrir cuenta en redes sociales
- Investigar plataformas para grabar y difundir podcast
- Guión para podcast con base en un referente
- Estrategia inbound marketing para instagram
- Invitar a los 8 mil asistentes de respiro creativo a unirse y a seguirnos @Artetonic
- Convocatoria dentro de los 8 mil asistentes para saber a quiénes visibilizar en redes y quién quiere conversar en el podcast
- Crear parrilla de programación con los convocados por tema, región, país, industria, sector, tamaño empresa, tipo de producto o servicio, género etcétera

Accionables mediano plazo (julio 2020)

- Producción de campaña para adquirir comunidad y seguidores
- Activación de los canales digitales y promoción de la campaña
- Creación del primer programa de podcast. La producción debe incluir guión, musicalización, imagen digital, canales de difusión, invitados especiales etcétera
- Creación de agenda de trabajo periódico para la producción de los siguientes programas y posts en redes (semanal, mensual, bimensual, trimestral o semestral)

Accionables largo plazo (abril 2021)

- Afinar los temas según conocimiento de un año de operación y crear programación anual
- Conseguir más aliados, más conversaciones, más comunidad
- Establecer la posibilidad de los nuevos productos (estudio o exposiciones)
- Determinar las fuentes de ingresos del podcast (patrocinios, impulsos, donaciones etcétera)
- Utilizar recursos como una 'Empresa Social' (Yunus) para sostener la operación, comprar equipos indicados, hacer intercambio cultural de los hosts etcétera.
- Establecer motor de crecimiento viral (Lean Startup Eric Ries)

Un equipo multidisciplinario y complementario:

"If you want a team of smart, creative people to do

**extraordinary things, don't put them in a drab,
ordinary space" D Kelley**

Dirección de arte: Guayi Fernández

Dirección de contenidos: Alejandro Tayak y Guadalupe Zetina

Dirección de estrategia: Santiago Paez

Perfiles que faltan: experto en comunicación para el podcast así como para crear copys creativos en redes sociales.

Estrategia de mercadeo

Lanzaremos una estrategia de marketing de contenido en redes sociales para activar la conversación en temas esenciales del arte en la región. En este sentido crearemos canales de diálogo y no un monólogo, buscaremos interactuar con la audiencia con preguntas abiertas de tipo ¿qué consideras? ¿cómo podrías? ¿qué es lo que más valoras? ¿sabías que? etcétera. Esta estrategia de inbound marketing pretende crear una comunidad de personas interesadas por el arte a quienes educaremos y entregaremos valor a través de un contenido de alto nivel (por la información así como por el diseño) que le dará el 'superpoder' de ser un gurú del arte en la región. El 'Job to Be Done' es hacer que una vez el segmento se enganche con el contenido de ArteTonic se pueda sentir más culto y busque compartir este conocimiento. Es decir la estrategia se debería viralizar en la medida que invitaremos a las personas a compartir a través del voz a voz o de sus redes sociales personales la existencia de ArteTonic así como de los talentos que se visibilizarán y los datos clave del arte en la región

Este usuario llegará a niveles cada vez más altos en la conversación en la medida que consuma además nuestro podcast (que tendrá una periodicidad y temas establecidos). Al tener una comunidad activa en redes sociales y complementarlo con conversaciones poderosas en el podcast, la comunidad creativa de LATAM y el Caribe se reunirá alrededor de los temas que pone sobre la mesa ArteTonic en materia de arte. Este círculo virtuoso creará en el largo plazo un motor viral que impulsará el proyecto y que abrirá la posibilidad de generar fuentes de ingreso características de las empresas sociales.



ARTETONIC

MOCKUP Instagram

@ARTETONIC

¡Celebremos el arte, brindemos por los talentos de la región, conversemos con los protagonistas! Bienvenidos...

9:41 PM



← ARTETONIC ▾



334 Posts

211K Followers

134 Following

¡Celebremos el arte, brindemos por los talentos de la región, conversemos con los protagonistas! Bienvenidos...

Follow

Message

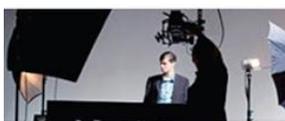
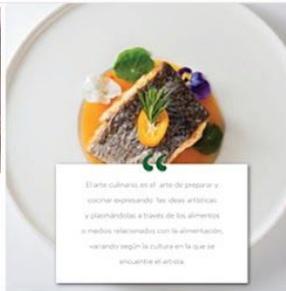
Email

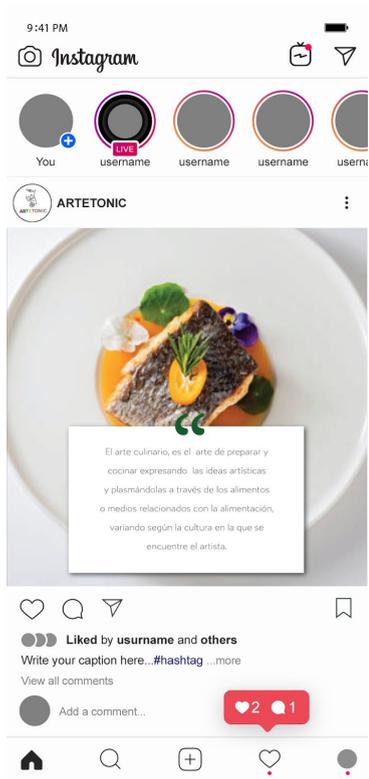


highlight



highlight





Videos Instagram

<https://www.youtube.com/watch?v=3TXsogZBWLw&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=LFOaFFcmReE&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=rzaV4CyD-x0&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=Ts5M7TIKHOs&feature=youtu.be>

Preguión PODCAST ARTETONIC

-Entrada: Acto 1 planteamiento

Bienvenidos a ARTETONIC, a esta, nuestra primera emisión, nuestra primera conversación poderosa de algunos de los líderes creativos de la región que les presentarán, día a día, los asuntos más relevantes de los sectores artísticos de nuestra adorada región.

Somos Guayi, Lupita, Alejo y santi, tres emprendedores creativos de América Latina que nos reunimos en el marco de una hackatón (respiro creativo) y que encontramos que compartíamos un propósito superior: querer impulsar los sectores del arte en la región.

Los invitamos a brindar y conversar con nosotros a través de nuestro podcast y en nuestros canales digitales @artetonic. La conversación de hoy tiene que ver con la fotografía y los nuevos instrumentos que se utilizan para crear fotos espectaculares con dispositivos como drones, para esta ocasión tenemos un invitado de lujo que queremos presentarles.

-Patrocinios: Acto 2

Antes de darle entrada a nuestro invitado de lujo queremos agradecer a nuestros amigos de XYZ Ginebra quienes muy amablemente nos han apoyado en ARTETONIC, por ellos y por todas las personas naturales o jurídicas que apoyan a los sectores creativos y artísticos, este Gin con notas amargas y algo astringentes, así como dulces de tipo frutoso vamos a dar la bienvenida a Juan Guillermo Caicedo, Fotógrafo y Realizados Audiovisual, que ha encontrado en los drones un nuevo instrumento de lujo para tomar fotografías urbanas de gran impacto.

-Entrevista desestructurada: Acto 3

Juan Guillermo desde cuándo haces fotografía con dron?

Por qué consideras que es un arte?

Qué fuentes de ingreso existen para la fotografía aérea?

Bogotaire es una iniciativa de emprendimiento creativo, cómo va tu empresa?

La regulación favorece este tipo de innovaciones?

Cuáles han sido los obstáculos?

El aislamiento y el COVID han afectado tu oficio?
Qué ves para el futuro?

-Cierre: Acto 4

Bueno, queremos agradecer a Juan Guillermo por contarnos su experiencia, por compartir sus aprendizajes y sobretodo por contagiarnos de arte a través de la fotografía. Brindamos por este primer capítulo y esperamos volvernos a encontrar con ustedes en nuestro próximo capítulo. Seguiremos conversando acerca de nuevas tendencias en tecnología y arte, esta vez invitaremos a Daniela Stanich fundadora de ARTEC para tener una conversación poderosa. No olviden seguirnos en nuestras redes sociales @ArteTonic. Por favor escribanos sugerencias, temas, invitados que deberíamos traer y todo lo que quieran contarnos acerca de los sectores artísticos de nuestra amada América. Reciban de parte nuestra un cálido abrazo. No olviden quedarse en casa, y vivir cada momento entendiendo que todo lo que hacemos es arte.

Guayi
Lupita
Alejo y
Santi