

- A. ¿Qué personalidad singular ayudará a definir mejor el producto y a diferenciarlo del marco competitivo?
- VII. A. ¿Cuál es el meollo del mensaje que deseamos transmitir al consumidor?
- B. ¿Qué acción queremos que realice el consumidor como resultado de la comunicación?
- ¿Probar el producto?
  - ¿Solicitar más información?
  - ¿Usar el producto con mayor frecuencia?
  - ¿Otras?
- VIII. Efecto perceptivo
- A. Si la comunicación tiene éxito, dentro de (meses/años) el consumidor percibirá el producto como \_\_\_\_\_ en comparación con el de la competencia.
- IX. Puntos de contacto con el consumidor
- A. Para llegar más efectivamente al consumidor con un mensaje creíble y persuasivo, se han de tener en cuenta los siguientes puntos de contacto. ¿Por qué?
- X. Investigaciones futuras
- A. Enumere los tipos de investigación necesarios en el futuro para afinar la estrategia de comunicación. ¿Por qué?