

LISTA DE CHEQUEO PARA MENSAJES PUBLICITARIOS

Camilo Torres Serna, MD. MSP. MSc. MDU.  
 Profesor Titular – U. Valle – U. Libre, Cali – Colombia

N°	Item a evaluar	Si cumple	No cumple	Observaciones
1.1.1	Con respecto al consumidor			
	Conocimiento del producto			
	Manera de uso			
	Puntos de venta			
	Imagen			
	Oferta especial			
	Cambio de características			
1.1.2	Con respecto al mercado			
	Contrarrestar competencia			
	Generar diferenciación			
1.2.0	Objetivo de la publicidad			
	Informar			
	Convencer			
	Recordar			
1.3.0	Grupo objetivo			
	Adultos			
	Niños			
	Hombres			
	Mujeres			
	Otro			
1.4.0	Idea clave a posicionar			
	Producto			
	Marca			
	Empaque			
	Icono			
	Frase de impacto			
	Uso del producto			
1.5.0	Respuesta esperada			
	Posicionamiento			
	Recordación			
	Aumento de ventas			
1.6.0	Tipo de mensaje			
	Racional			
	Emocional			
	Moral			
1.7.0	Medio a utilizar			
	Impreso			
	Audio (Radial)			
	Video (TV, Cine)			

N°	Item a evaluar	Si cumple	No cumple	Observaciones
1.8.0	Presupuesto			
2.1.0	Contenido			
	Promesa básica			
	Soporte-Justificación			
	Promesa secundaria			
	Diferencial adecuado			
2.2.0	AIDA			
	Genera atención			
	Genera interés			
	Habrá deseo			
	Llevará a uso			
2.3.0	DAVID			
	Descripción			
	Utilidad del producto			
	Ventajas			
	Indicaciones			
	Diferenciales			
2.4.0	Evaluación de imágenes			
2.5.0	Evaluación de colores			
2.6.0	Evaluación de fuentes			
3.1.0	Prueba de texto			
3.2.0	Prueba ciega			
4.1.1	Evaluación de efectividad			
	Recordación			
	Concepto			
	Chequeo de alacena			
	Posicionamiento			
4.2.0	Aumento de llamadas			
	Aumento de consultas web			
	Aumento de solicitudes			
	Aumento de ventas			
	Otras mediciones			