



### **NOMBRE DEL CLIENTE.**

Guía Pocketblog  
[www.guiapocketblog.com.ar](http://www.guiapocketblog.com.ar)

### **DESCRIPCION DEL NEGOCIO.**

Revista gratuita colaborativa de expresiones web 2.0.

### **RESUMEN DEL PROYECTO.**

Lograr el conocimiento de la revista GPB en las comunidades online apuntando al segmento joven ABC 1 con alto poder adquisitivo. Lo importante fue hacer conocer la marca GPB y posicionarla como una alternativa dentro del mercado de revistas gratuitas, generando un vínculo emocional que comparta los valores de marca. (Estética, Tecnología, Constante evolución) con el lector/consumidor.

[Revista GPB – N 6 - Madre Naturaleza](#) // [flickr: caminos](#)

### **REFERENCIAS**

Se empezó a trabajar en conjunto con el equipo editorial de la GPB a partir de Noviembre del año 2007. En esta campaña trabaja un equipo conformado por cuatro personas con una carga horaria que fue disminuyendo de 6 horas a 2 horas diarias por persona actualmente.

### **OBJETIVOS Y PROBLEMAS CRITICOS DEL CLIENTE**

Como problema crítico de la GPB nos encontramos con un consumidor No deleitado pero fidelizado por su revista preferida de distribución gratuita (altas barreras de ingreso). Era un segmento que no conocían todas las alternativas disponibles en el mercado. No conocían la GPB.

### **APROACH AL PROYECTO**

Contratados para realizar el armado de imagen, identidad online, posicionamiento, branding, tráfico y contenido de la GPB. Para lograr esto se identifico el gran aprovechamiento de los espacio 2.0 por parte de los lectores/usuarios.

### **ENTREGABLES**

- Base de datos con posibles lectores, clientes y Partners.
- El alta de un blog con eje en la revista GPB y la colaboración de los usuarios.
- El alta de un perfil en Facebook, con el armado de un grupo, una página de fans y contenido.
- El alta de un perfil en Flickr, con el armado de un mural y contenido.
- El alta de un perfil en YouTube, con el armado de un canal y contenido.
- El alta de un perfil en Issuu, con el armado de todas las ediciones de la GPB en formato online.
- El alta de un perfil en MySpace, con el armado de un grupo.
- Armado de templates comunicacionales, de prensa y contenido especializado para cada edición.

### **RESULTADOS/BENEFICIOS PARA EL CLIENTE**

La Guía PocketBlog fue invitada a participar en los festivales más importantes de la ciudad de Buenos Aires, como el "Festival Buen Día", "ArteBa" y el "Festival Día de la Tierra". Importantes marcas del mercado 2.0 del país auspiciaron en la revista, alguna de ellas son Intel, Samsung, Movistar, Myspace, Sonico, Promúsica, entre otras.

**Datos Blog:** 7 mil visitas únicas mensuales / 200 posts redactados / 3 minutos PV(promedio visita).  
**Datos Facebook:** 2200 amigos, **Datos Flickr:** 800 amigos, 300 fotos x mural, **Datos Myspace:** 500 amigos.  
**Datos Issuu:** 3 ejemplares (45 mil views)