

PLAN DE MARKETING

BioCells

Banco de Células Madre

Objetivos:

- Consolidar a BioCells como el principal Banco Privado de Células Madre en Argentina que permite preservar la vida y estar preparados para la medicina del futuro.
- Destacar la experiencia, el compromiso y la calidad de BioCells, promoviendo un espacio de contención, cuidado y atención personalizada a las necesidades puntuales de la familia.
- Lograr una mayor presencia y reconocimiento público fomentando la importancia del cuidado, la prevención y la preservación de la vida aprovechando las ventajas que ofrece actualmente la tecnología para la salud y el bienestar general de la familia.
- Posicionarse como referentes en el Cuidado Integral de la familia.
- Desarrollar nuevas propuestas para agregar valor y atraer a una mayor cantidad de pacientes.

Target Principal:

Hombres y Mujeres de 28 a 40 años, profesionales, de un nivel socioeconómico BC1, que valoran la calidad y la eficacia de lo que consumen. Son exigentes y muy observadores. Buscan información, referentes y garantías. Son activos, prácticos, dinámicos, les gusta estar actualizados. Disfrutan de la vida al aire libre, el contacto con la naturaleza, con la familia y amigos.

En los productos y servicios que consumen, la imagen les resulta muy importante, pero fundamentalmente privilegian la calidad, respaldo y solidez que les ofrecen para cuidar su salud y la de su familia. Una vez que eligen una marca/empresa, son fieles consumidores.

Posicionamiento:

El principal Banco Privado de Células Madre de la Argentina con gran trayectoria, experiencia, compromiso y dedicación en el cuidado integral y el desarrollo saludable de la Familia.

Conceptos Principales A Destacar:

Compromiso - Seriedad Profesional - Experiencia - Prestigio - Atención Personalizada - Contención - Medicina del Futuro.

Estrategia:

Tercerizar la gestión global de marketing y comunicación en el **Estudio LUK**, quien se encargará de desarrollar acciones de Fidelización y Captación de nuevos pacientes promoviendo un reconocimiento de la calidad, el servicio integral, la experiencia y contención que ofrece BioCells para consolidar una imagen sólida, coherente y consistente en el tiempo.

En este sentido, el Estudio LUK como responsable del marketing y la comunicación de BioCells se encargará de:

- Asesorar y definir junto a BioCells los conceptos principales para llevar a cabo la Campaña Global de marketing y comunicación.
- Planificar, administrar y controlar el Presupuesto asignado a marketing y comunicación.
- Analizar, seleccionar y coordinar los Medios y Acciones más convenientes para promover y consolidar la Imagen Institucional de BioCells.
- Desarrollar nuevas Acciones de Promoción para atraer potenciales pacientes a bajo costo.
- Establecer Alianzas Estratégicas y/o Canjes comunicacionales con empresas, instituciones y/o profesionales que acerquen nuevos pacientes y permitan agregar valor a los pacientes actuales.

Propuesta de Acciones a llevar a cabo:

Primera etapa: 12 meses de gestión.
Abril 2008 - Abril 2009

* **Campaña Institucional BioCells (CAI):** Fotografía - Folletería - Papelería - Cartelería - Web - Publicidad - Prensa -> hacer foco en servicio BestDoctors y Plan de Beneficios adicionales.

Gestión inicial:

Abril-Mayo 2008

Continuidad:

De acuerdo a la necesidad puntual.

* **Comunicación Interna Pacientes (CIP)** (Base de Datos): House Organ/ Newsletter (temas varios de prevención y salud integral) - Intranet - Html con novedades.

Gestión inicial:

Junio - Julio 2008

Continuidad:

Mensual.

* **Programa de Beneficios para acompañar a las Familias en las distintas etapas de la vida (PB):** Alianzas Estratégicas / Descuentos especiales en Casas de Indumentaria - Centros Educativos - Entretenimiento - Restaurantes - Librerías - Jugueterías - Centros de Belleza - GYM.

- **Diversidad de Beneficios de acuerdo al tipo de Plan:**
BioCells Anual - BioCells 5 años - BioCells 10 años - BioCells 20 años.

Gestión inicial:

Agosto - Septiembre 2008

Continuidad:

Mensual

- **Plan Amigo BioCells (PA):**
Beneficios/Obsequios especiales por cada amigo recomendado (que contrata el servicio).

Gestión inicial:

Octubre - Noviembre 2008

Continuidad:

Mensual

* **Seminario de Cuidado Personal (SCP)** (Alimentación - Actividad Física - Cuidados Básicos de la Piel - Auto maquillaje).

Gestión inicial:

Noviembre - Diciembre - Enero 2009

Continuidad:

Trimestral.

* **Actividades gratuitas para la Futura Mamá en BioCells (AGM)** (Esferodinamia - Yoga - Danzaterapia - Musicoterapia para la Panza) y para la Mamá actual (Shantala - Jugando con Mama - Ser Mujer y Ser Madre).

Gestión inicial:

Febrero - Marzo 2009

Continuidad:

Mensual.

*** Concursos - Sorteos especiales para las Familias de BioCells (CSE):**

Encuestas de Calidad/Satisfacción - Testimonios - Fotografías temáticas de los hijos BioCells.

Gestión inicial:

Marzo - Abril 2009

Continuidad:

Mensual.

*** Acciones estacionales (AE):**

- Mes de la Mujer (Marzo)
- Cumpleaños BioCells (Marzo/Abril)
- Mes del Padre (Junio)
- Vacaciones de Invierno (Julio)
- Mes del Niño (Agosto)
- Mes de la Primavera (Septiembre)
- Mes de la Madre (Octubre)
- Fin de Año (Noviembre/Diciembre)
- Mes de los Enamorados (Febrero)
- Cumpleaños Familias BioCells (todo el año).

Grilla de Acciones propuestas Mensuales

BioCells

Banco de Células Madre

| Tarea | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Ene | Feb | Mar | Abr |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| CAI | x | x | x | x | x | x | x | x | X | x | x | x | x |
| CIP | | | x | x | x | x | x | x | X | x | x | x | x |
| PB | | | | x | x | x | X | x | X | x | x | x | x |
| PA | | | | | | x | x | x | X | x | x | x | x |
| SCP | | | | | | x | x | x | X | x | X | x | x |
| AGM | | | | | | | | | | | x | x | |
| CSE | | | | | | | | | | | | x | x |
| AE | x | x | x | x | x | x | x | x | X | x | x | x | x |