

PLAN DE DIFUSION Y COMERCIALIZACION

DIFUSION EN EL EXTERIOR

-Prensa Internacional Especializada:

Revistas internacionales y gacetillas de prensa. Establecer un plan de medios a través de internet, para posicionar y promocionar PERRO GUARDIÁN entre la prensa y público especializado internacional: Ejemplo: Publicación en Variety Internet, Produ.com, Boletín EICTV (Cuba), etc. Así, generaremos interés entre distribuidores, exhibidores y programadores de festivales internacionales.

- Festivales:

Nuestro plan de difusión y comercialización se inicia con la presentación de PERRO GUARDIAN en festivales internacionales y mercados extranjeros para dar a conocer el largometraje a nivel internacional. Se busca apuntar a festivales como el Festival Internacional de Cine de Rotterdam, Festival Internacional de cine en Guadalajara, Visions du Réel, Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de la Habana, entre otros festivales que ayuden a una repercusión mediática de la película a nivel internacional y nacional. También estaremos presentes en mercados como Ventana Sur de Buenos Aires con el objetivo de dar inicio a la difusión y venta de la película fuera del plano local.

DIFUSIÓN NACIONAL

PROMOCION

El plan de promoción del largometraje PERRO GUARDIÁN gira en torno a una campaña estratégica de Comunicación, a través de medios audiovisuales, impresos y web, utilizando la figura mediática de Carlos Alcántara.

Alcántara, uno de los actores más queridos del Perú, interpretará al personaje más controversial de toda su carrera. Un personaje tan alejado de lo que ha venido haciendo hasta ahora, que dará que hablar. Es por ello que contamos con el actor

000048

no sólo para la filmación de la película, sino para todo el trabajo de promoción dentro y fuera de la capital.

-Televisión

Aquí trataremos de entrar por dos lados:

a. Free press

Al ser Carlos alcántara un actor tan mediático y al haberse comprometido a promocionar la película un mes y medio antes del estreno, buscaremos programas masivos y especializados en donde pueda aparecer para estimular el interés del público masivo.

b. Pauta

Buscaremos asociaciones estratégicas con un canal de cable y otro de señal abierta, para poder promocionar la película a través de pequeños spots en buenos horarios.

-Internet

Se trabajará fuertemente en medios alternativos de difusión como redes sociales, youtube, página web de la película, utilizando no sólo el trailer como gancho, sino creando piezas "virales" con el objetivo de despertar la curiosidad por el film.

-Carteles y Vayas

Utilizaremos carteles y vayas en las principales calles y centros comerciales, con la imagen del casting principal.

-Medios Impresos

Aquí trataremos de entrar por dos lados:

a. Free press

Aprovechando la figura de Alcántara para dar entrevistas y contar las dificultades de la película. Mostrar su transformación física.

Al tener Perro Guardián un tema tan controversial, trataremos de generar debates en torno a la película y así generar mayor expectativa en la posible audiencia.

b. Pauta

Buscaremos asociaciones estratégicas con varios medios escritos para poder promocionar la película. Trabajo de afiches atractivos que generen expectativas.

-Promoción Presencial

Presentación de la película, sus directores, actores, en facultades de cine y comunicación social. Aquí buscamos captar el público estudiantil del sector y propiciar el "boca a boca" en el sector especializado, para lograr una mayor permanencia de semanas en salas de exhibición y generar el interés del público masivo.

Lanzamiento

Se realizará en la ciudad de Lima un avant premiere una semana antes del estreno de la película, con la presencia de medios de comunicación, buscando propiciar un ambiente que favorezca la película.

Se tendrá mucho cuidado de estrenar la película lejos de estrenos mundiales importantes que la "opaquen" o le dejen corta duración en cartelera.

Se contratará a un agente de prensa que mueva la película y su estreno en todos los medios para de esta manera dar a conocer masivamente la película PERRO GUARDIAN y que esto devenga en una gran concurrencia a las salas de cine.