



LOUDMOUTH & VINE — CREATIVIDAD Y REDACCIÓN DE

ESPECIFICACIÓN DE REQUISITOS

Una campaña nacional de titulares en vallas publicitarias e impresos, construida en torno a diez líneas caligrafiadas a mano para el lanzamiento de otoño de Pemberton Outdoor Gear.

CONTENIDO

01	CONTROL DE DOCUMENTOS	2
02	INTRODUCCIÓN Y ALCANCE	3
03	PROPÓSITO Y PÚBLICO	3
04	REQUISITOS FUNCIONALES	3
05	REQUISITOS NO FUNCIONALES	5
06	MÓDULOS DEL PRODUCTO	6
07	ESPECIFICACIÓN DE COMPONENTES	6
08	SUPUESTOS, RESTRICCIONES Y DEPENDENCIAS	8
09	FASES DE LANZAMIENTO	8

DE UN VISTAZO

CONTROL DE DOCUMENTOS

— ESPECIFICACIÓN

REQ-2026-0219

Emitido el 23 de febrero
de 2026

— ESTADO

Para revisión

Línea base fijada en la
aprobación

— PREPARADO POR

**Loudmouth &
Vine**

Chicago, IL 60607

— REQUISITOS

8

Funcionales y no funcionales

— PROPIETARIA

Dana Whitfield

VP de Marketing de Marca,
Pemberton Outdoor Gear

01

INTRODUCCIÓN Y ALCANCE

El lanzamiento de otoño de Pemberton Outdoor Gear necesitaba una campaña lo suficientemente contundente para destacar en una categoría que suena siempre igual: cordilleras, atardeceres, mañanas tranquilas. Este es el plan para escribir y producir diez titulares con verdadero carácter, en sesenta vallas publicitarias y una tirada de impresión nacional.

SECTION

PROPÓSITO Y PÚBLICO

Pemberton Outdoor Gear ha pasado tres temporadas utilizando la misma publicidad de exteriores de enfoque suave y tono discreto que todas las demás marcas de ropa de su categoría, y los datos de seguimiento lo demuestran: el recuerdo de marca espontáneo se ha mantenido estable durante dieciocho meses. El lanzamiento de otoño es el lanzamiento de producto más importante del calendario de este año, y el equipo de marketing quiere una campaña de la que realmente se hable, no solo que se vea.

Loudmouth & Vine propone un proyecto de doce semanas para escribir, diseñar y producir una campaña nacional de titulares en vallas publicitarias e impresos: diez líneas caligrafiadas a mano centradas en el nuevo equipo más resistente de Pemberton, distribuidas en sesenta emplazamientos de vallas publicitarias y una compra impresa de seis publicaciones. Las secciones siguientes describen el enfoque, el alcance, el cronograma y la inversión.

REQUISITOS FUNCIONALES

ID	REQUISITO	PRIORIDAD
----	-----------	-----------

R-01	Los titulares deben ser legibles como tipografía pura a 500 pies de distancia a velocidad de autopista	OBLIGATORIO
R-02	Los diez conceptos de titulares probados con un panel de compradores objetivo de Pemberton antes de producción	OBLIGATORIO
R-03	Cinco titulares finales aprobados por escrito antes de iniciar la producción del diseño	OBLIGATORIO
R-04	Diseños de valla publicitaria entregados en todos los formatos estándar 14×48 y 10×36	OBLIGATORIO
R-05	Diseños de impresión dimensionados para las seis ubicaciones de título confirmadas	OBLIGATORIO
R-06	Tono de voz de la campaña alineado con las directrices de marca existentes de Pemberton	DESEABLE
R-07	Archivos listos para prensa entregados al menos dos semanas antes de la fecha límite de cada proveedor	DESEABLE
R-08	Informe de recordación post-lanzamiento entregado dentro de las cuatro semanas posteriores al lanzamiento de la campaña	PODRÍA

TABLE

ID	PRIORIDAD	REQUISITO
R-01	Obligatorio	Los titulares deben ser legibles como tipografía pura a 500 pies de distancia a velocidad de autopista
R-02	Obligatorio	Los diez conceptos de titulares probados con un panel de compradores objetivo de Pemberton antes de producción
R-03	Obligatorio	Cinco titulares finales aprobados por escrito antes de iniciar la producción del diseño
R-04	Obligatorio	Diseños de valla publicitaria entregados en todos los formatos estándar 14×48 y 10×36
R-05	Obligatorio	Diseños de impresión dimensionados para las seis ubicaciones de título confirmadas

01

PLATAFORMA CREATIVA

La estrategia central de titulares y la plataforma de tono de voz sobre la que se construye toda la campaña.

02

REDACCIÓN DE TITULARES

Diez frases de titular caligrafiadas a mano, escritas para leerse desde un coche en movimiento.

03

PRUEBAS CON COMPRADORES

Pruebas de recuerdo y resonancia de las diez frases frente al panel de compradores objetivo de Pemberton.

04

DISEÑO DE VALLAS PUBLICITARIAS

Diseños para los cinco titulares de producción, dimensionados para todos los formatos estándar de valla publicitaria.

05

DISEÑO IMPRESO

Diseños para la compra impresa nacional de seis publicaciones.

06

PRODUCCIÓN Y ENTREGA

Archivos listos para imprenta entregados a todos los proveedores de medios antes del lanzamiento de otoño.

SPEC

ESPECIFICACIÓN

ESPECIFICACIÓN DE COMPONENTES

REF.	ÍTEM	ESPECIFICACIÓN	UNIDADES	PLAZO	PRECIO UNIT
SPC-01	Plataforma creativa	Estrategia central de titulares y plataforma de tono de voz	2	2 sem.	\$5,400 / wk
SPC-02	Redacción de titulares	Diez conceptos de titulares, escritos y refinados	3	3 sem.	\$6,200 / wk

SPC-03	Pruebas con compradores	Pruebas de recuerdo y resonancia con panel de compradores objetivo	2	2 sem.	\$5,800 / wk
SPC-04	Diseño de vallas publicitarias	Maquetas para cinco titulares de producción, todos los formatos estándar	2	2 sem.	\$6,600 / wk
SPC-05	Diseño impreso	Maquetas para la compra impresa nacional de seis publicaciones	1	1 sem.	\$10,800 / wk
SPC-06	Producción y entrega	Archivos listos para prensa entregados a todos los proveedores de medios	2	2 sem.	\$15,500 / wk

Las especificaciones quedan fijadas en el momento de la aceptación; cualquier cambio se gestiona mediante el procedimiento de control de cambios establecido en este documento.

01

**DISEÑO CENTRADO
EN LA TIPOGRAFÍA**

Cada titular se construye para funcionar como tipografía pura antes de añadir una sola imagen.

02

**FRASES PROBADAS
CON COMPRADORES**

Diez conceptos, probados con un panel real de compradores, reducidos a los cinco que realmente funcionan.

03

**PRODUCCIÓN LISTA
PARA PROVEEDORES**

Archivos listos para imprenta entregados en todos los formatos que necesitan los proveedores de vallas e impresión de Pemberton.

01

— PHASE

SEMANAS 1-2 · PLATAFORMA CREATIVA

Estrategia central de titulares y plataforma de tono de voz desarrolladas y aprobadas.

02

— PHASE

SEMANAS 3-5 · REDACCIÓN DE TITULARES

Diez conceptos de titulares escritos y refinados conforme a la plataforma.

03

— PHASE

SEMANAS 6-7 · PRUEBAS CON COMPRADORES

Las pruebas de recuerdo y resonancia reducen diez titulares a los cinco más fuertes.

04

— PHASE

SEMANAS 8-10 · DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Maquetas de vallas publicitarias e impresos producidas para los cinco titulares ganadores.

— SIGN OFF

LOUDMOUTH & VINE

1147 W Fulton Market, Chicago, IL 60607, Estados Unidos
pitch@loudmouthvine.com · +1 312 555 0155 · loudmouthvine.com
Loudmouth & Vine LLC · EIN 47-2910384