



QUÉ PASARÍA SI HACEMOS: si hiciéramos una campaña BTL para la distribución  
innovación y la interacción de las PYMES y lograr una promoción con cupones de  
descuento en las compras y así mismo se convierta en un metodo de intercción con el cliente

CREATIVA & CULTURAL

[www.respirocreativo.org](http://www.respirocreativo.org)

POR MEDIO DE: Distribución de correos Directos innovadores y llamativos  
con servicio puerta a puerta que creen un vinculo e impacten a su destinatario.

DIRIGIDO A: Los clientes fieles al comercio y a otros posibles compradores  
para afianzar la marca.