

El reposicionamiento en breve

Reposicionamiento

Lee sobre el Reposicionamiento de la AMGS en nuestra *Guía sobre la nueva apariencia* que puedes descargar de nuestro sitio Web www.wagggsworld.org. Entretanto, aquí te damos algunos datos en breve sobre el reposicionamiento.



¿Qué es?

El reposicionamiento, también conocido como creación de una marca nueva, en general significa cambiar la estrategia de comercialización de una organización para lograr un atractivo más amplio o diferente.

Reposicionamiento en la AMGS significa específicamente que hemos introducido una identidad visual nueva como parte de nuestra estrategia de comercialización.

En breve, el reposicionamiento de la AMGS ofrece dos herramientas principales de comunicaciones para marketing:

Una nueva apariencia

Un sondeo de investigación nuevo

Estamos utilizando estos vehículos de comunicación para crear una marca nueva para la AMGS a fin de cambiar la manera en que nos comunicamos interna y externamente.

¿Por qué?

El Consejo Mundial decidió cambiar la estrategia de comercialización de la organización después de que ustedes, miembros y Organizaciones Miembros, dijeron que la organización necesitaba una imagen nueva que reflejase el plan estratégico y nuestra visión de ser la voz mundial de las niñas y las jóvenes.

Tan importante como eso es el hecho que nuestro reposicionamiento también busca atraer a un público más amplio: más niñas y jóvenes en todo el mundo.

La nueva apariencia

Podrás enterarte de la manera de utilizar la imagen nueva en *Cómo usar nuestra nueva identidad visual*, un folleto en la *Guía de la nueva apariencia*, pero a continuación te damos algunas sugerencias. El logotipo oficial de la AMGS fue lanzado en junio de 2005 e incluye el trébol tradicional, un nuevo titular "girls worldwide say" y nuestro nombre, la Asociación Mundial de las Guías Scouts.



World Association of Girl Guides and Girl Scouts
Association mondiale des Guides et des Eclaireuses
Asociación Mundial de las Guías Scouts

Puedes utilizar el logotipo cuando sea apropiado para mostrar que eres miembro de una organización internacional pero debes seguir las directrices que encontrarás en *Cómo usar nuestra nueva identidad visual*. No tienes que cambiar tu logotipo para utilizar el nuestro. Aquí te damos algunas sugerencias:

- Utiliza nuestro logotipo como una unidad: los tres componentes juntos a fin de evitar confusión sobre nuestro nombre. Tenemos un titular nuevo pero no un nombre nuevo.
- El logotipo es mucho más que una nueva imagen, siendo moderno y pertinente y a menudo mostrado con mensajes para describir quiénes somos, qué hacemos y en qué creemos.
- Puedes utilizar el logotipo con mensajes aprobados por la AMGS como "descubre tu potencial". NO DEBES AÑADIR TUS PROPIOS MENSAJES sin la aprobación del equipo de comunicaciones de la AMGS.
- El titular "girls worldwide say" siempre se mostrará en inglés. No se debe traducir pero los mensajes que acompañan al titular se podrán traducir. Por ejemplo girls worldwide say "challenge" se podrá traducir como girls worldwide say "desafío".

El nuevo sondeo: ¿qué tiene que ver con la propugnación?

Si deseas enterarte más sobre nuestro trabajo de PROPUGNACIÓN ve las secciones color naranja y verde de la *Guía de la nueva apariencia*. En 2005 la AMGS realizó el primer sondeo de investigación mundial "hablemos sobre la salud de los adolescentes" para fortalecer el trabajo de propugnación de la organización. Participaron alrededor de 6000 miembros en 100 países.



El resultado del sondeo fueron **siete mensajes clave** que comunican lo que las niñas del mundo dicen sobre la salud y las mujeres jóvenes de hoy.

girls worldwide say «combate el SIDA»

girls worldwide say «elige alimentos sanos»

girls worldwide say «evita el embarazo en la adolescencia»

girls worldwide say «es importante hablar sobre el tema sexual»

girls worldwide say «hablemos sobre el peligro de las drogas»

girls worldwide say «prohiban el cigarrillo en los lugares públicos»

girls worldwide say «descubre tu potencial»

Para el trienio 2006-2008 la AMGS centrará su atención en la plataforma de propugnación de la salud de los adolescentes utilizando estos siete mensajes clave. Esto significa que la AMGS hablará, hará algo y educará al público en todo el mundo sobre la salud de los adolescentes.

Como parte de nuestra estrategia de comercialización nueva lanzaremos una campaña en los medios de comunicación internacionales.

Las Organizaciones Miembros también pueden utilizar los mensajes clave para hablar sobre la salud de los adolescentes.

Además, si las niñas de tu país participaron en el sondeo, podrás obtener los resultados de tu directora regional.

Esto es lo que puedes hacer con los resultados:

- Educar a tu público interno
- Seleccionar cuestiones que sean importantes para los miembros en tu país
- Realizar proyectos y campañas pertinentes a tus miembros
- Y luego comunicar las cuestiones. Podrías invitar a los medios a un evento o responder a una cuestión pertinente en los medios.

Por último, dínos qué están haciendo así podemos crear una historia internacional y decirle al mundo qué están diciendo las niñas del mundo.