

CREACIÓN DE BRIEFING

PARA DEFINIR LAS DIRECTRICES
ESENCIALES DE LA MARCA

Ivonne.

00 ¿A QUIÉNES LES SIRVEN?

DIRIGIDO A:

Agencias de marketing digital, Agencias de publicidad, Departamentos internos de Marketing y Ventas de empresas, Estudios de diseño de marcas y Estudios de decoración.

01 ¿PARA QUÉ SIRVE?

OBJETIVO:

Ordena los conceptos estratégicos, revela los objetivos implícitos, facilita el trabajo creativo, reduce tiempo de ejecución, refuerza la coherencia en el tiempo y mejora la satisfacción del cliente.

02 ¿QUÉ SE OBTIENE?

RESULTADOS:

Un brief detallado con el alcance del proyecto. Se revisa todo lo que hay detrás y se definen los valores estratégicos en la filosofía de ser de la marca.

- Resumen
- Objetivos
- Público objetivo
- Mensajes claves
- Valores de marca
- Tono comunicacional.

“
Mortal como he nacido,
el porvenir intento ver.”

03 ¿CÓMO SE LLEVA A CABO?

METODOLOGÍA:

Paso 1: Reunión grupal de preparación del proceso.

Paso 2: Son 2 talleres de 3 horas cada uno.

Entrega digital de brief.

Paso 3: Reunión de primera entrega y revisión.

Entrega final en reunión de cierre y recomendaciones.

03 ¿CÓMO SE LLEVA A CABO?

METODOLOGÍA:

TALLER 1: ¿Qué ofrecemos y a quién queremos llegar?

Ejercicios prácticos

- Encuadre de entorno: Detección de principales actores, tendencias y contratendencias.
- Revisión de las dimensiones de la propuesta de valor.
- Brainstorming de audiencia objetivo: ¿A quién queremos llegar?.

TALLER 2 ¿Por qué existe y es necesario crear una identidad de marca?

Ejercicios prácticos

- Dinámica de What, How, Why enfoque Golden Circle® de Simon Synek.
- Desarrollo de narrativa pública enfoque Self, Us & Now® de Marshall Ganz.

04 CONSIDERACIONES

- La modalidad es definida previamente y puede ser presencial, online o híbrida.
- Requiere información estratégica de la empresa por lo que se firma un acuerdo de confidencialidad entre las partes.
- El tiempo total del proceso suele ser de 5 a 7 semanas.
- La tarifa base del proceso es de USD 1,400.

¿QUIÉN SOY?

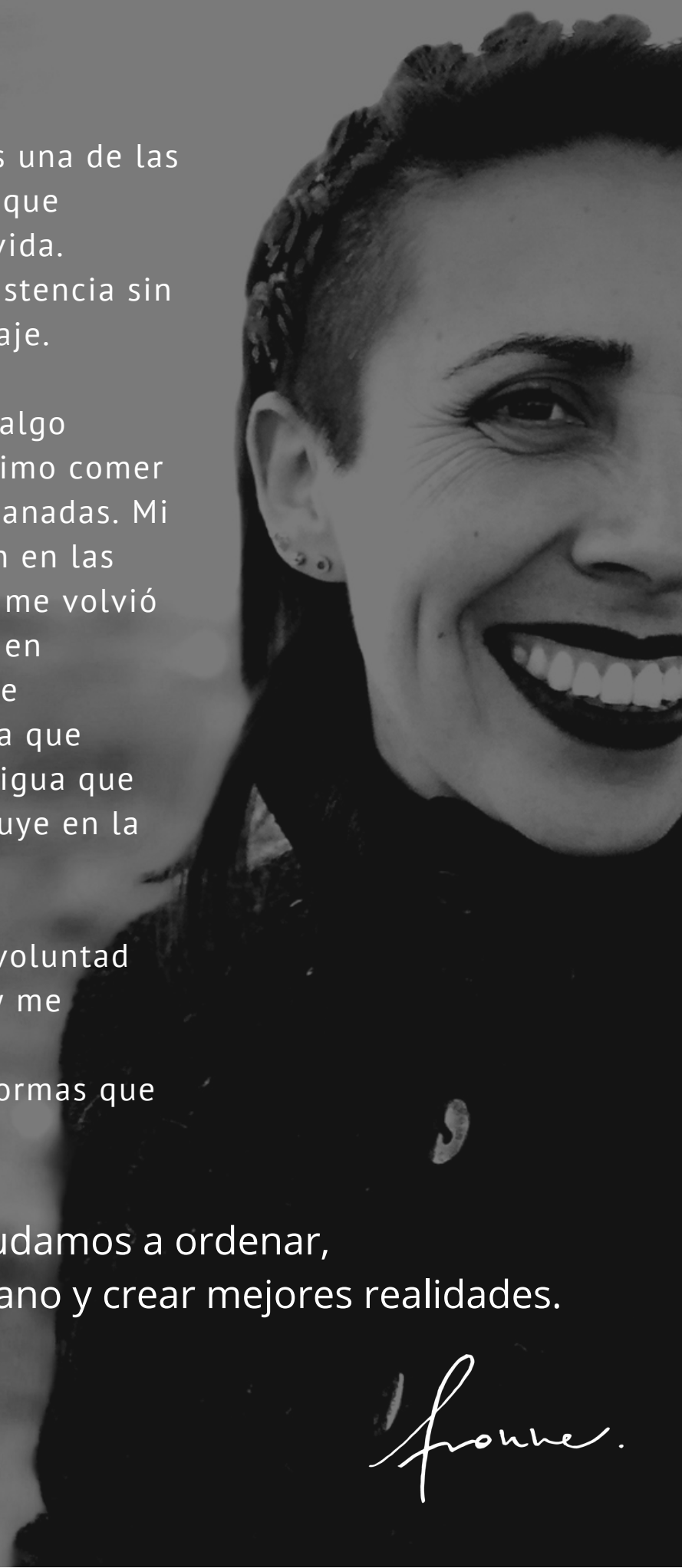
Descubrir quiénes somos es una de las aventuras más apoteósicas que podemos emprender en la vida. Podemos pasar por esta existencia sin decidir emprender aquel viaje.

En mi caso soy un humano algo complejo, me gusta muchísimo comer rúcula y amo todas las empanadas. Mi niñez y adolescencia fueron en las playas de Arica, Valparaíso me volvió ingeniera, Santiago máster en negocios, Mendoza coach de rendimiento y fue cuna para que emergiera la astrología antigua que vivía en mi. Hoy todo confluye en la comunicación.

Creo profundamente en la voluntad humana, amo los desafíos y me moviliza buscar, recopilar, experimentar y compartir formas que potencien la libertad.

Junto a mi equipo te ayudamos a ordenar, a ver lo amplio y lo cercano y crear mejores realidades.

Fronne.



PARA DEFINIR LAS DIRECTRICES
ESENCIALES DE LA MARCA

CREACIÓN DE BRIEFING