

Guía del Proyecto

GERENCIA DE MARCA

Análisis Comparativo (Benchmarking)

Dirigido a la empresas/marcas más representativa de la categoría.

1. Análisis de la mezcla de mercado: (para cada marca seleccionada)
 - Producto
 - Precio
 - Plaza
 - Promoción
2. Breve descripción de la personalidad de cada marca seleccionada (Racional)
3. Elementos gráficos de cada marca seleccionada
 - Identidad visual(logo, iso, etc) - Significado
 - Colores Institucionales
 - Slogan
 - Mascota
 - Jingle
 - Tipografía
4. Propuesta de Valor del Producto/Servicio (para cada marca considerada)
 - Beneficios Funcionales
 - Beneficios Emocionales
 - Valor Percibido (Calidad)

Creación de Marca

1. Estudio de Mercado

- Ficha técnica de la investigación de mercado
- Cálculos universo, muestra, y distribución muestral
- Presentación y análisis de resultados

- En ANEXOS
 - Formato de encuesta y guion de grupo focal
 - Resultados de grupo focal
 - Evaluación de grupo

2. Construcción de marca (Branding)

- Naming (nombre y técnica utilizada)
- Iso-Logo-Isologo o Imago (Identidad Visual)
- Tipografía
- Gama Cromática
- Slogan
- Mascota
- Jingle (Opcional)

3. Estrategia de posicionamiento

Mapa(s) de posicionamiento

 Estrategia de posicionamiento

 Identidad de marca

 Beneficios funcionales y emocionales

 Personalidad de la Marca

 Comunicación del posicionamiento (estrategia publicitaria)

 Medios tradicionales

 Medios electrónicos y/o digitales

4. Estrategia de Producto

- Descripción del producto
- Variedades
- Presentaciones (tamaños)
- Empaque o Envase
- Etiqueta o Viñeta

5. Fijación de precio

6. Análisis FODA

7. Anexos

- Formato encuesta
- Formato Guion de Grupo Focal
 - Soportes utilizados en el grupo focal

8. Manual de Marca

Introducción del Manual de Marca

- Breve descripción de los elementos que conforman el manual de marca

Parte I: Elementos básicos

- Identidad visual (Logo, Iso, etc.)
- Retícula (trama modular)
- Medidas y proporciones. Área de seguridad o espacio de reserva
- Porcentajes de reducción
- Tipografía
- Códigos CMYK y RGB / El color Pantone.
- Representación en B/N. Representaciones en escala de grises
- Versión en negativo. Versiones verticales y horizontales
- Usos incorrectos

Parte II: Colores Corporativos

- Normativa general del uso de colores
 - Variaciones de color
 - Normativa cromática según el fondo

Parte III: Material de Comunicación

- Normativa general de los elementos de comunicación internos y externos, especificar soportes
 - Tarjetas de presentación, papel y sobre membretado

Parte IV: Publicidad y Publicaciones Generales

- Normativa general de diseño según la identidad gráfica
 - Aplicaciones específicas: publicidad externa y digital
 - Sistema reticular empleado
 - Áreas de texto e ilustraciones
- Otras aplicaciones
 - Promocionales
 - Uniformes