

HOLA SOMOS



AGENCIA DE **BRANDING**
Y **PUBLICIDAD**



. bienvenidos

Nuestro propósito es ayudarte a **enamorar** a tus clientes.

La **investigación** es la base de todas nuestras creaciones, el descubrir e identificar **insights**, necesidades emocionales no cubiertas o propuestas de valor aún no desarrolladas son la fuente inicial de nuestra **inventiva**.

Fabio Cortegana **CEO**

hagamos **que las cosas** pasen



MISIÓN

DESARROLLAR

SOLUCIONES CREATIVAS,
ESTRATÉGICAS Y
EFECTIVAS.



VISIÓN

SER RECONOCIDO

POR NUESTROS CLIENTES
COMO EL MEJOR ALIADO
PARA SU CRECIMIENTO.



AGENCIA DE
BRANDING
Y PUBLICIDAD

● agenda

Contenidos principales de la presentación

1

Creaciones y Campañas

2

Soluciones Estratégicas

3

Proceso

4

Presupuesto

01

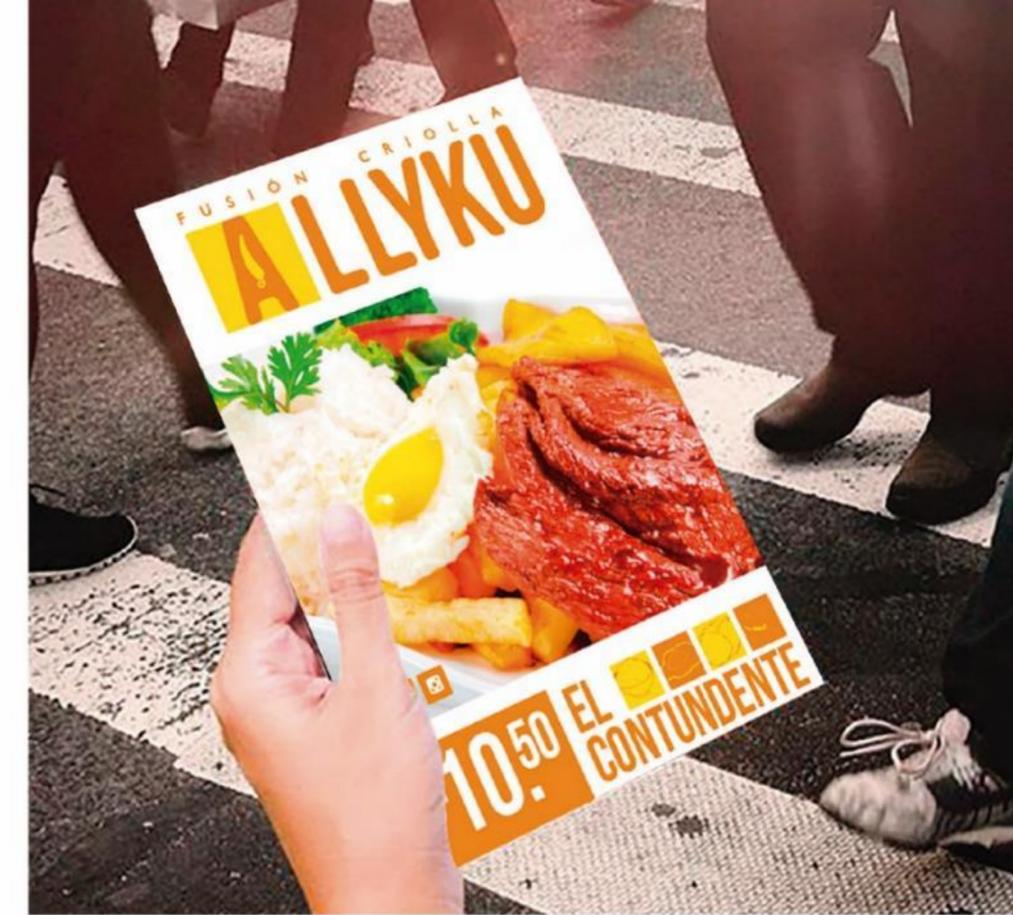
+ Creaciones y
Campañas

ALLYKU

FUSIÓN CRIOLLA

Hoy se encuentra entre los líderes de patios de comida en Centros Comerciales como: Plaza Norte y Open Plaza.

Registra un récord histórico de ventas de S/ 400,000 mensuales.





COTTAGE **FAST GOOD**®

Delicioso y Saludable

De una marca común a una franquicia en crecimiento.

Actualmente tiene presencia en el Jockey Plaza y 3 Centros Comerciales más, con una venta mensual promedio de S/ 300,000.





Realizamos una campaña con el objetivo de motivar a la fuerza de venta, bajo el concepto de "Guerreros Castrol".

Como resultado se incrementó la cobertura en ventas de Lima, en un 12% y en el norte del país en un 43%.

▶ [HAZ CLICK AQUÍ PARA REPRODUCIR EL VIDEO](#)





Realizamos el diseño, estrategia y ejecución para una campaña de capacitaciones de emprendedores. Llevó como nombre "El Tour del Emprendimiento".

FELICIDADES
Ya eres parte de la
[TRAVESÍA DEL CRECIMIENTO]

EXPOSITOR
Jorge González Izquierdo
ECONOMISTA

FECHAS DE SEMINARIOS EN LIMA	FECHAS SEMINARIOS EN PROVINCIA
1º SEMINARIO: 15 MARZO	PIURA: 18 ABRIL
2º SEMINARIO: 22 MARZO	TRUJILLO: 25 ABRIL
3º SEMINARIO: 29 MARZO	CHICLAYO: 03 MAYO
4º SEMINARIO: 06 ABRIL	AREQUIPA: 10 MAYO
	HUANUCAYO: 17 MAYO
	ICA: 24 MAYO

INFORMES: www.travesiadelcrecimiento.pe





BÚHO

A C A D E M I A

Con la campaña de Búho se incrementó el alumnado en un 200%, con un aumento en ventas de 10.000 a 100.000 soles y una venta anual de 350.000.

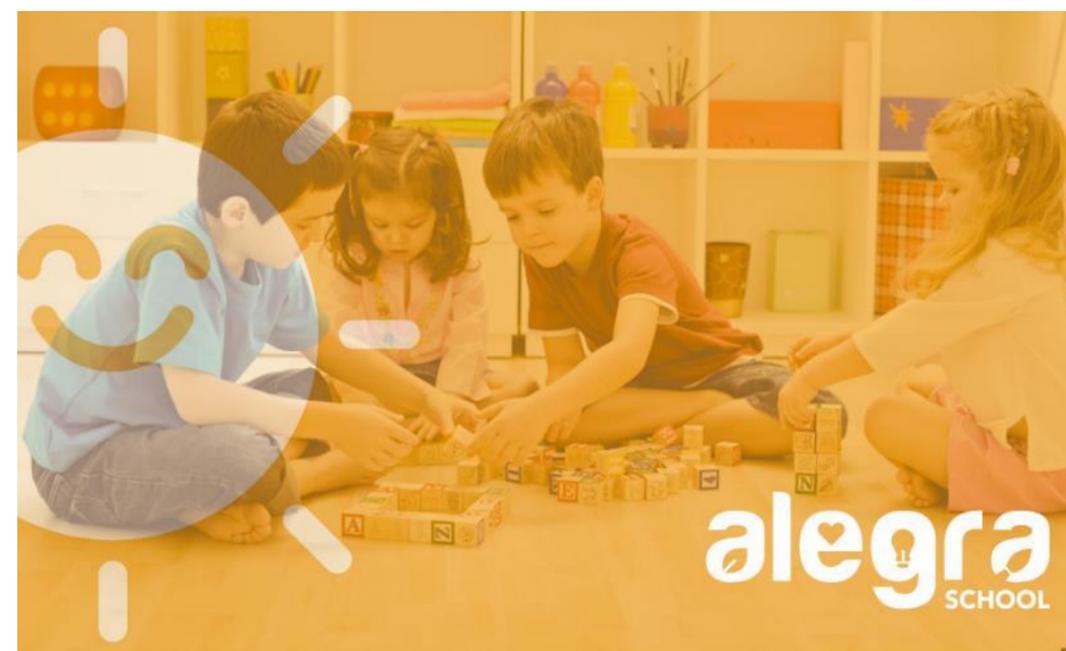
▶ HAZ CLICK AQUÍ PARA REPRODUCIR EL VIDEO



alegra INFANTI



El primer colegio alternativo para la región Junín. La esencia y promesa de esta marca esta la formación de las **emociones.**





Primer sport bar de Barranca. Inspirados en la hamburguesa y broster de la esquina.



02

+ Soluciones
Estratégicas

Servicio Uno

Investigación de
Mercado

Servicio Cuatro

**Spot
Publicitario**

Servicio Siete

Marketing
Político

Servicio Dos

Estrategia y creación de
Marca

Servicio Cinco

Estrategia y campaña
Digital

Servicio Ocho

Eventos y
Activaciones

Servicio Tres

Naming

Servicio Seis

Web y App

+

Servicio Uno

Investigación de Mercado

Realizamos una investigación exploratoria donde **vemos** lo esencial, **escuchamos** los silencios y **sentimos** el corazón de las personas. Esta forma nos a llevado a entender a la personas y desarrollar marcas efectivas, emocionales y **vendedoras**.



Ejemplo Sector Gastronómico

Cottage

- Sector: Restaurantes.
- Lugar: Real Plaza Salaverry.
- Mercado: En crecimiento.
- B° Funcional: Comida Saludable.
- P.O. : Mujeres 20 – 30 años.
- Miedo: Engordar y ser mal visto.
- **Insight:** "Comer saludable es dejar de comer, dejar de comer es dejar de disfrutar. Yo quiero bajar de peso pero a la vez disfrutar la vida."



Análisis del Sector



Perfil de Consumidor en Real Plaza Salaverry

526,862
Habitantes

150,532
Hogares



Andrea



¿Quién es?

- Es emprendedora y con grandes metas, siempre esta pensando en superarse, sin dejar de lado otros aspectos importantes de su vida.

¿Cómo es?

- Una chica joven de 26 años, independiente que busca compartir un buen momento con sus amigos y/o colegas.

¿Qué le encanta?

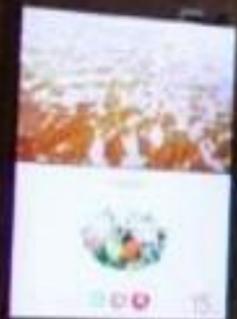
- Descubrir y probar cosas diferentes y llamativas. Es amante de la comida saludable, practica un estilo de vida saludable, le gusta estar con sus amigos y familia. Sabe disfrutar de su tiempo libre.

¿Cómo se comunica con los demás?

- De manera muy sociable y divertida.

COTTAGE

COTTAGE



Servicio Dos

Estrategia de Marca

Reconocer y entender los canales de venta, hábitos, miedos de la sociedad, beneficios funcionales y emocionales, arquetipos e ilusiones de las personas. Las marcas efectivas, emotivas y vendededoras se construyen en base a la humanidad de las personas. La comprensión y la suma de todos los elementos germinan a marcas verdaderas y estrategias poderosas.



El término 'bohemio' describe a aquellas personas que siguen un estilo de vida apartado de los estándares cotidianos.



BOHEMIA CAFÉ será el motivo de una reunión entre jóvenes que quieren expresarse, tal cual son, sin miedos, sin frenos.



Servicio Tres

Naming

“Sin nombre no hay marca, las palabras abren la mente en un segundo.”

1. **Directo y simple.**
2. **Única y distinto:** Proyectar una personalidad propia.
3. **Sugerente y Evocativo** para potenciar el significado de la marca.
4. **Coherente y Creíble.**
5. **Legible y pronunciable,** agradable y comprensible a la vista y oído.

BOHEMIA

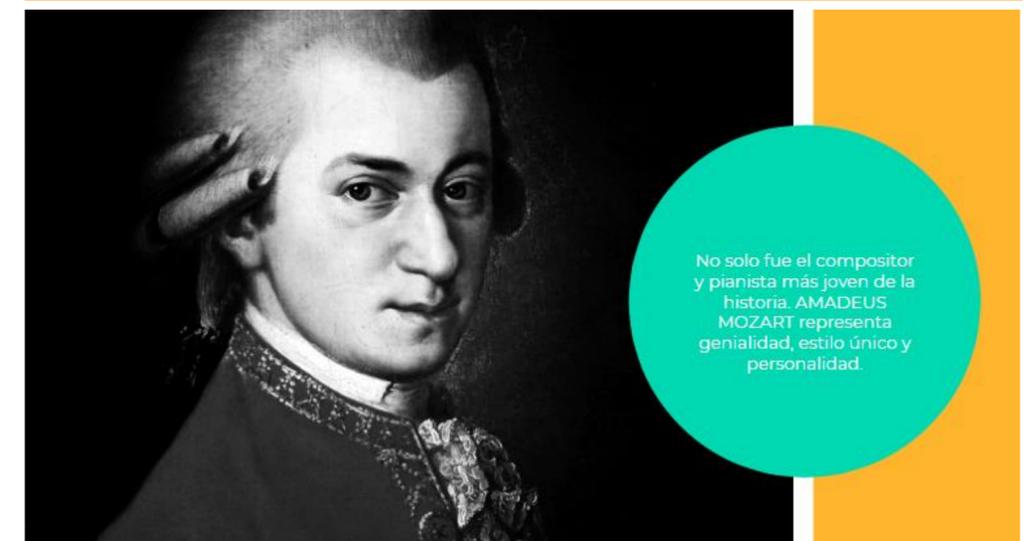
1era PROPUESTA

AMADEUS

2da PROPUESTA

GALLA

3ra PROPUESTA



Servicio Cuatro

Spot Publicitario



Servicio
Cinco

Estrategia y Campana Digital

Hagamos
Despegar
Tu **Marca**

Es hora de hacer crecer tu negocio, dale click
a la nave y hagamos despegar tu marca.



03

Proceso

+

Proceso Estratégico



Pirámide de Marca

Esencia
Se trata de la idea fuerza o atributo fundamental de la marca. Deberá ser sostenible minimamente anual

Beneficios Funcionales
Atributos tangibles y fácilmente asignados por cada estación o temporada.

Soporte
El producto y la búsqueda de innovación y el manejo de inventario serán la clave para cumplir con nuestras promesas.



Beneficios Emocionales

A través del tono y la elección de dos o tres beneficios claves que nos permitan abrir los ojos, oídos y corazón de nuestro target.

UX

La promesa de marca deberá ser cumplida a partir de la experiencia en sus medios, etc.



☎ (01) 296 8233 // 📞 963 888 357 // 🌐 /MASCO
CALLE VÍA LÁCTEA 139, OF. 4 - SURCO - LIMA - PERÚ

despega@masco.pe

W W W . M A S C O . P E