



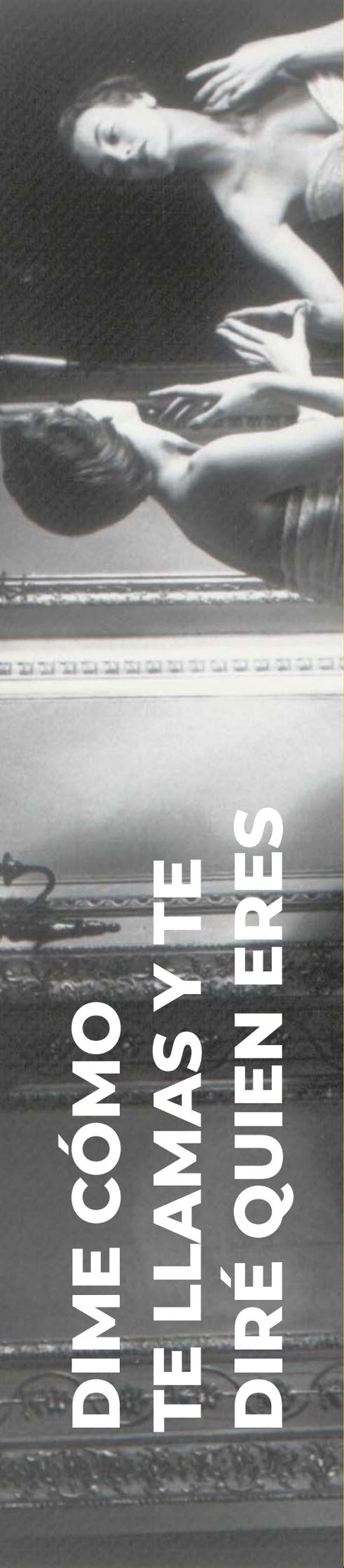
**AHORA,
QUE
TU MARCA
HABLE
POR TI.**

**GUÍA DE
BRANDING**

23:15

lasonceycuarto®

1. NAMING



DIME CÓMO TE LLAMAS Y TE DIRÉ QUIEN ERES

Piensa un poco en tu nombre. Te guste o no, es **tu carta de presentación**. La forma más esencial de referirse a tu persona. Cuando a un desconocido le hablan de ti, ese conjunto de letras que escogieron tus padres son lo único que te representa en su mente. Son su primer contacto con la "idea de ti".

Nombrar es trascendental. No soportamos que haya cosas sin nombre... y menos aún personas.

Cuando le ponemos nombre a un hijo, lo que en realidad estamos haciendo es adjudicar un nombre a una personalidad que probablemente nunca exista, pero que nos gustaría que existiese. Elegimos **un nombre que asociamos con unos valores, con un modo de vida y con una imagen**. Nombramos una personalidad que difícilmente existirá, porque la educación es solo un factor en su creación.

Y aquí llegamos a la marca. La marca es un hijo cuya personalidad sí podemos moldear, y de hecho, recomendamos hacerlo. Su imagen, sus valores, su estilo de vida... **son elementos que con un mínimo de cuidados, pueden transmitir mucho a nuestros potenciales clientes y posicionarnos** en un mercado cada vez más globalizado y saturado. **Y todo empieza por el nombre.**

Dinos ahora.. cuando a un desconocido le hablen de tu marca ¿qué idea te gustaría que se formase en su cabeza?

En 23:15 te ofrecemos **servicios de naming para marca y empresa, adaptados a tu proyecto**, realizados por profesionales del Branding con muchos años de experiencia a sus espaldas.

Nuestra misión es ofrecerte nuestros servicios de forma personalizada y por **un coste lo más reducido posible, dentro de los grandes estándares de calidad** que te brindamos.

CÓMO TRABAJAMOS PARA CREAR TU NAMING

El proceso empieza por **una entrevista personal**, telefónica o por videoconferencia, en la que además de conocernos, tendremos un primer acercamiento para **conocer tu proyecto y necesidades de marca**. A partir de esta entrevista estableceremos un punto de partida para enfocar el trabajo. ¿Cuál será el ámbito de actuación geográfica de tu marca? ¿Cuál será tu público objetivo? ¿Qué deseas que transmita tu marca? ¿Qué tipo de dominio piensas utilizar?

No te preocupes, sabemos que en las entrevistas siempre se olvida mencionar algo. Por eso el siguiente paso es redactarte las conclusiones de esta para que puedas ampliar o corregir la información. También te pasaremos **un cuestionario** en el que te realizaremos preguntas complementarias para que puedas, con toda la tranquilidad del mundo, centrar el trabajo antes de ponernos manos a la obra.

Una vez esté todo centrado, es momento de ponernos a trabajar. La elaboración de un naming, además de creatividad, **conlleva horas de investigación** (tu competencia, trends, disponibilidad para registrar, disponibilidad de dominios, etc.); por lo que el trabajo **suele llevar aproximadamente de 7 a 10 días laborables**, dependiendo de la carga de trabajo.

Una vez terminado ese plazo, recibirás **un documento en PDF**, en el cual obtendrás **no menos de 12 opciones de naming ajustadas a los requerimientos objetivos y subjetivos de tu marca**, que también aparecerán en el documento. Cada uno de esos nombres incluye un **estudio de disponibilidad de registro** de marca y de **disponibilidad de dominios**; así como una breve exposición de **los valores** que transmite y el **significado** que tiene.

2. LOGOTIPO



LO QUE TU MARCA DICE DE TI

No importa cómo de bueno sea el producto o servicio que vendes, si tu marca no está a la altura.

La percepción de tu imagen de marca es fundamental para tu negocio. Y si te diriges al consumidor final, todavía con más razón. **Se estima que el 80% de los consumidores compra en función de los valores asociados a una marca.**

Y **el primer paso** para establecer una imagen de marca **es precisamente, la creación sólida de sus bases.** Empezando por el nombre y siguiendo por el diseño corporativo.

Para crear un **naming** (recordemos que esta parte sobrevivirá incluso a los cambios de identidad visual que determine el paso del tiempo) **debemos estudiar las características de nuestro público objetivo y determinar las vías principales de contacto que éste tendrá con nuestra marca.**

A partir de estas consideraciones, el nombre ha de **cumplir ciertos requisitos** como la eufonía (sonar bien), la facilidad de pronunciación y de recuerdo, y la sugestión o expresión explícita de los valores que queremos transmitir. Un requisito adicional que solicitan muchos clientes suele ser, **la disponibilidad del dominio deseado.**

Una vez determinado el naming, debemos **expresarlo de forma visual, mediante el diseño de la identidad gráfica corporativa.** Para ello necesitamos encontrar un estilo gráfico que case con nuestros valores de marca y que resulte sugestivo a nuestro público. Hemos de tener en cuenta **las diferentes aplicaciones en soporte** que va a tener y lograr que el conjunto final sea **original, acertado, versátil, con gusto; y sobre todo, “que entre por los ojos”.**

En 23:15 ponemos a tu disposición **profesionales del diseño gráfico especialistas en creación de identidad gráfica corporativa** que han trabajado en este campo durante años para grandes marcas tanto a nivel nacional como internacional.

CÓMO TRABAJAMOS PARA CREAR TU LOGO

Al igual que el proceso de creación de naming, el diseño de logotipo **comienza con una entrevista personal telefónica o mediante Skype**. Si has creado con nosotros tu naming ya tendremos ciertos conceptos claros, como tu público objetivo o tus valores de marca.. Pero si nuestro trabajo comienza con el logotipo será en este punto cuando extraeremos toda la información necesaria para empezar a trabajar.

Para afrontar este trabajo de una forma precisa, variada y que a la vez resulte económica para ti, en una primera fase te presentaremos un documento con **tres propuestas diferentes de logotipo**, realizados en base a tus necesidades y preferencias. De estas tres propuestas, deberás elegir una, pudiendo **todavía en este punto pedir modificaciones sobre el logo seleccionado**.

Una vez el logo esté aprobado por ti, procederemos a la creación de **un pequeño manual corporativo de uso**, en el que se te explicará como se debe utilizar correctamente en diferentes soportes y contextos.

El precio del servicio incluye además una **papelería básica que incluye tarjeta de visita, papel A4 y sobre** con el logo aplicado en archivos listos para enviar a imprenta. Por supuesto, te haremos entrega también de los **archivos vectoriales editables**, así como de los logotipos exportados en diferentes tamaños en JPG y PNG con transparencia, para que puedas utilizarlos desde el primer momento.

3. DUDAS FRECUENTES

QUIENES SOMOS

Somos **un colectivo freelance de creativos, diseñadores, marketinianos y comunicadores**, que ofrece sus servicios desde a autónomos y pequeñas empresas, a grandes agencias y corporaciones.

Nuestro objetivo es proporcionar servicios de construcción de marca a la medida de cualquier tipo de cliente. Nos definimos como **“brand builders” o creadores de marca**. Combinamos nuestro talento y experiencia para ofrecer soluciones para **cualquier necesidad de marca que puedas tener, como empresa o como autónomo**. Estudiamos tu caso, te aconsejamos y nos ocupamos de que tu marca brille.

Somos expertos en diversos campos en los que hemos trabajado tanto desde el lado del cliente (probablemente el tuyo), como desde el lado de la agencia; y **entendemos perfectamente las necesidades de cada uno**.

Además, al ser freelances, no tenemos que soportar los gastos fijos que cualquier agencia de comunicación o publicidad debe afrontar mensualmente, lo que **nos permite ofrecer servicios de calidad por un precio más bajo**.

Para nosotros **no hay cliente menos importante**.

PRECIOS Y MODO DE PAGO

Tanto el servicio de naming, como el servicio de logotipo, tienen un **coste estándar**, aunque dependiendo de los servicios complementarios que nos contrates, **el precio pueda bajar un poco más**. En 23:15 podemos ofrecerte un precio reducido porque todos los que trabajamos somos freelances, lo cual nos libera de tener que soportar los gastos fijos de una agencia al uso (oficinas, nóminas, etc.). Además, al no contratar más trabajos de los que podemos soportar, **tienes la garantía de que serás nuestra prioridad en todo momento** y que nuestros esfuerzos se centrarán al 100% en tus necesidades.

Si nos contratas desde España, la forma de pago es mediante transferencia bancaria, a la entrega del trabajo. Es decir, **nunca pagarás por adelantado**. Entendemos que trabajamos por Internet, y preferimos hacerlo así para dar **una muestra de total confianza** a nuestros clientes. Te pediremos previamente, eso sí, un presupuesto firmado con tus datos fiscales.

Aunque el precio que ofrecemos es mucho más barato que el de una agencia, entendemos que puede suponer un esfuerzo para algunas personas. En ciertos casos especiales, y dependiendo del contexto, ofrecemos **la posibilidad de financiar el pago de los servicios hasta en 3 meses**. Si tras consultar tu presupuesto, consideras que este es tu caso, consúltanos esa posibilidad.

¿Y SI... NO ME GUSTA?

Más del 95% de nuestros clientes quedan satisfechos con nuestro trabajo a la primera entrega. Antes de empezar un proyecto, siempre hacemos determinadas preguntas sobre tus preferencias, además de las dirigidas al correcto enfoque objetivo de la tarea. También te remitiremos **un cuestionario por email para asegurarnos de que nuestras conclusiones son correctas** y amplíes esa información en lo posible.

El gusto es algo subjetivo, por lo que podría darse el caso de que ninguno de los namings o logotipos que te presentemos sean de tu agrado, por eso es importante que en el cuestionario **te tomes tu tiempo para reflexionar y decidir qué es exactamente lo que buscas aclarándonos así lo más posible tus preferencias.**

Nuestra prioridad es tu marca, pero también tu satisfacción, por eso **en el caso de que no quedes contento con nuestro trabajo, nos comprometemos a intentar buscar una solución** que resulte beneficiosa tanto para ti, como para nosotros. Eso sí, en ningún caso esta solución pasará por no pagar los servicios realizados. Las horas de trabajo son las horas de trabajo.



**Telf: 667 557 966
687 021 771**

equipo@lasonceycuarto.com

**c/Independencia, 9, 2º 15002
A Coruña, España**