



1er Taller, 04/05/2017 de 18:30 a 20:00h

## DESCRIPCIÓN DEL TALLER

En este taller reproduciremos -de forma adaptada-, un **proyecto ficticio de comunicación de marca y de desarrollo digital de tipo app web.**

Se organizarán grupos de trabajo y cada grupo **desarrollará propuestas de diseño a nivel conceptual para el packaging y para la app**, que pudieran servir en un caso real para establecer el camino de comunicación adecuado y en donde la experiencia de usuario se construye teniendo en cuenta múltiples factores.

Finalmente evaluaremos los trabajos en función de una serie de objetivos.

## BRIEFING DEL PROYECTO

La marca de cerveza **Estrella Galicia**, **decide lanzar un nuevo producto al mercado.** Este nuevo producto **no es un desarrollo completamente novedoso** sino que parte de su producto más vendido, en concreto la nueva referencia **consiste en un nuevo sabor naranja** con enfoque premium, con un PVP un 30% por encima del producto original y cuyo canal de venta principal será la gran distribución. Según la información que aporta el cliente, el perfil de consumidor al que se dirige es un hombre de clase media con hijos pequeños, que no tiene tiempo para un consumo out-of-home y cuyas principales motivaciones a la hora de elegir la cerveza son el factor sabor-placer y el precio.

En una primera fase, antes de abordar una inversión en comunicación más ambiciosa **decide realizar un test de mercado** con el formato pack de 6 latas. Para ello, **no realizará un packaging completamente nuevo sino que se deberá emplear un adhesivo que se superpone en el pack ya existente, el cual no debe ocultar la marca central.**

Por otro lado, **uno de sus principales clientes**, Eroski, **quiere desarrollar una web app denominada 'El Cervecier'**, que estará **disponible en el punto de venta** y en su sitio web. Esta app **funcionará a modo de sumiller virtual**, aconsejando a los consumidores sobre la cerveza ideal en función del criterio seleccionado por el usuario: gusto / momento de consumo / tipo de comida / etc.

# 1ª PARTE COMUNICACIÓN DE PACKAGING

## Objetivos

La nueva comunicación debe transmitir que se trata de un producto con un toque premium que tiene su reflejo en un PVP un 30% más elevado.

Sin romper con la identidad visual del producto de origen, debe existir una diferenciación clara para facilitar su diferenciación en el punto de venta y su activación por parte de los distribuidores.

Se valorará que la idea aportada pueda ser protegida como propiedad industrial y pueda convertirse en un elemento de comunicación con identidad propia, ejemplos: vaca de Milka, La Lechera, osito de Mimosín,...

El adhesivo superpuesto no debe ocultar la marca central.



## Valoración individual

Sólo se marca si se ha conseguido el objetivo

	Sí
1 Esta bien orientado al target definido en el briefing	
2 Refleja que es un producto de más calidad que el producto original	
3 Se ha tenido en cuenta su posterior adaptación al soporte digital	
4 Se diferencia del producto original	
5 Tiene potencial para convertirse en un elemento con identidad propia y protegible como propiedad industrial y difícil de copiar.	

## 2ª PARTE APP Y ADAPTACIÓN DIGITAL


### Objetivos

**Diseñar home y visualización de resultados de búsqueda** para la versión móvil, -de uso principal en el punto de venta-.

Se mostrarán 6 resultados, los 5 productos de la competencia más el nuevo producto, para el cual hay que crear una imagen.

### Contenidos que puede contener la app

-Se puede proponer cualquier otra solución-

Marca	EL CERVECIER 
Claim	'Tu sumiller de Cerveza'
Texto que motive la acción del usuario	¿Con que vas a acompañar la cerveza?
Opciones de consumo	Con: carne / pescado / marisco / verdura / legumbre / pasta /arroz / embutido / queso / pizza / ...  Con: un producto que no esté en la lista  Con nada
Icono de acceso a otros contenidos	

### Valoración individual

Sólo se marca si se ha conseguido el objetivo

	SÍ
6 Es intuitiva	
7 Se entiende rápido su función (aconsejar a la hora de elegir una cerveza)	
8 Se entiende y se accede rápido a la información.	
9 Aporta algún elemento creativo en cuanto a diseño, funcionalidad, etc.	
10 La imagen del nuevo producto Estrella Galicia se asocia con el producto en el punto de venta.	