

Examen de Proyecto de Diseño

31-08-2022

Caso 1: Ladysoft

- Lanzamiento de toallas y productos de higiene intima femenina Ladysoft. Tiene un extenso portafolio de productos de calidad similar a Nosotras o Kotex.
- Desafio: posicionar la marca en un mercado saturado
- Público: femenino joven
- Restricciones: Recurrir a situaciones cliché
- Tip: Posicionar la marca y portafolio, no un producto en particular



Caso 2: Pañales Nappis

- Posicionamiento de pañales Nappis de Fischer Price. Los pañales ya existieron en el mercado ecuatoriano, pero no tuvieron acogida por falta de una inversión correcta en comunicación. Sin embargo, cuentan con un producto de excelente calidad similar a Huggies o Pequeñin y el respaldo de una marca de enorme posicionamiento en el sector infantil.
- Desafío: posicionar la marca en un mercado saturado
- GO: Papás de NSE Medio a medio alto
- Restricciones: Evitar lucir barato
- Tip: crear mensaje para padres actuales



Caso 3: Desodorante Sutton

- El desodorante siempre se ha caracterizado por ser muy popular y tiene una amplia distribución en tiendas y en sector rural. Se ha posicionado por ser barato. La marca quiere ampliar su público y va a invertir en un rebranding para poder venderse en autoservicios y no sólo en tiendas.
- Desafío: Cambiar la categoría de un producto económico para ganar nuevos mercados sin perder el actual.
- GO: personas de NSE bajo a medio típico.
- Restricciones: No lucir elitista o poco creíble
- Tip: Apostar a un aspiracional de inmediato superior



Preguntas

- Key Brand Benefit: 5 ptos
- Indicar 5 insights de usuarios. 10 ptos
- Que quiero que consumidor piense/sienta/ haga. 5 ptos
- Concepto de la campaña – 5 ptos
- Storyboard – 20 ptos
- Pieza gráfica principal – 20 ptos
- Accion BTL- 15 ptos
- Acción digital – 20 ptos.