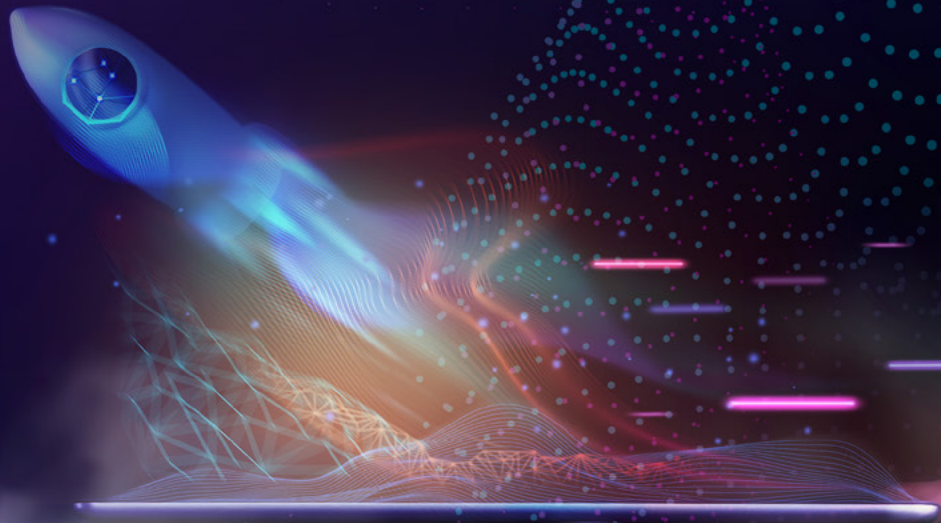


GUIA CÓMO ELEGIR A TU AGENCIA DE MARKETING

7 ASPECTOS QUE DEBES DE TOMAR EN CUENTA



INTRODUCCIÓN

A unos pasos de construir una marca fuerte

Te entendemos, necesitas una nueva identidad corporativa para tu empresa, has tomado una decisión, pero has solicitado un presupuesto para elegir con qué agencia de branding quieres trabajar, y no estás seguro de cuáles serán tus criterios de selección.

No es cosa menor, hoy en día tu identidad corporativa pudieras compararla con tus oficinas de trabajo, ya que en un mundo tan globalizado cada vez será más común que el único contacto que tengas con tus clientes sea a través de tus materiales comerciales, y recuerda que esa primera impresión vale mucho.

Por esta y muchas otras razones, debes saber quién será tu socio estratégico en la creación de tu nueva identidad corporativa, ayudándote a fortalecer tu marca y hacer crecer tu negocio a través de su experiencia.

“Tu marca es el activo más importante de tu empresa, y no puedes dejarlo en manos de cualquiera”.



Por eso hemos desarrollado este checklist, en él te platicamos los puntos que deberías de tener en cuenta al momento de evaluar y seleccionar tu nueva agencia de branding.

Desarrollamos la guía basándonos en la experiencia de más de 10 años de trabajar con clientes de muchas industrias y de muchos tamaños.

En todo este tiempo hemos entendido cuáles son esos puntos que de pronto muchas otras agencias no entienden y que con el paso del tiempo hacen que, en lugar de un socio estratégico, la agencia se convierta en un obstáculo para el negocio.



@sky6extravaganza

Sky6



PORTAFOLIO

pasouno

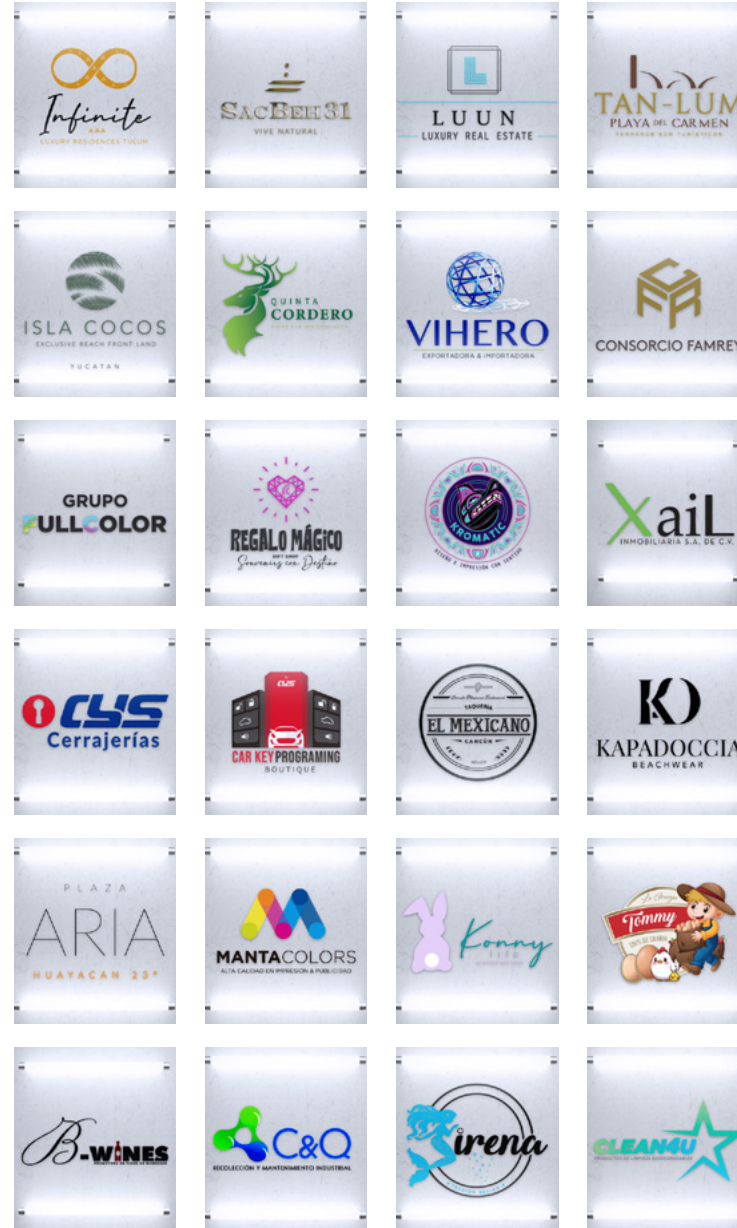
El portafolio te muestra de primera mano la calidad y el estilo de diseño de la agencia.

Trabajar con un despacho sin portafolio es tomar la decisión a ciegas. Sin preocuparnos por los detalles, debes buscar una agencia con un portafolio que te guste, ya este siempre muestra el estilo gráfico del despacho, que de alguna u otra manera se verá reflejado en tu proyecto.

Al analizar portafolios es importante que te asegures sobre la funcionalidad del diseño.

Se vale preguntar si lo que te están mostrando son proyectos reales o ficticios, ya que una práctica común en muchas agencias desarrollan proyectos que no existen, lo cual les ayuda a mostrar en su máxima expresión la estética de la agencia, pero no su capacidad de diseñar con base a objetivos reales.

Pídeles que te muestren proyectos reales y experimentales, para que puedas conocer las dos caras de la moneda.



@sky6extravaganza



2 EXPERIENCIA DE LA AGENCIA.

pasados

La experiencia de la agencia con la que trabajarás importa de manera proporcional a la importancia del proyecto que quieres desarrollar.

Hoy en día existe un mercado muy grande de agencias pequeñas o freelancers que tienen un buen portafolio pero poca experiencia.

Estas opciones de manera natural son más económicas, y pueden ser una buena opción para proyectos de poca relevancia o secundarios en la operación de tu negocio, ya que los riesgos más comunes tienen que ver con errores de comunicación, tiempos de entrega erróneos y en entregables que llevados a la práctica pueden generarle problemas de ejecución a la empresa.

La experiencia en una agencia de Marketing se traduce en expectativas de trabajo reales, tiempos de entrega precisos y sobre todo en un mayor sentido de responsabilidad con tu empresa y sus objetivos de negocio.



@sky6extravaganza

Sky 6

3 PROCESO DE TRABAJO BASADO EN OBJETIVOS.

pasotres

El proceso de trabajo es uno de los puntos más relevantes al momento de elegir quien desarrollará tu nueva imagen.

Un proceso sólido y bien fundamentado te garantizará un proyecto no solo estético, sino alineado a la estructura de valores y necesidades de tu empresa, al mercado y a tu consumidor.

Si el proceso del despacho con el que vas a trabajar no es robusto, te expones a que tu marca pierda competitividad al momento de sacarla al mercado con el nuevo branding por no haber considerado aspectos que, aunque parecen imperceptibles, tienen mucha relevancia en el día a día del desempeño de una marca en el mercado.

Un proceso de branding sólido debería considerar un análisis exhaustivo de tu marca actual, la visión y valores de esta, el mercado global y local, así como el comportamiento deseado para la misma en el corto y mediano plazo.



@sky6extravaganza

Sky6

4 CAPACIDAD INSTALADA.

paso cuatro

Disponibilidad de Infraestructura Necesaria

Aunque no es tan relevante, la capacidad instalada de la agencia o despacho con el que trabajarás te garantiza que tendrás una respuesta adecuada en las necesidades de tu proyecto.

Es común que este tipo de servicios sufran retrasos por diversos factores, una capacidad instalada adecuada te permitirá tener la tranquilidad de que existe gente dedicándole a tu proyecto el tiempo que requiere.

La capacidad instalada puedes medirla de muchas maneras, entre ellas, te recomendamos preguntar por el número de colaboradores del despacho y la infraestructura tecnológica con la que cuentan, pero mucho más importante, la cantidad de horas asignadas a cada proyecto.



@sky6extravaganza

Sky6

5 CANALES DE COMUNICACIÓN.

pasocinco

Aunque no impactarán de manera directa en la calidad del proyecto, los canales de comunicación se pueden volver un dolor de cabeza en el desarrollo del proyecto, por lo que es importante que sepas como y cuando serán los puntos de contacto que tendrás con el equipo de trabajo asignado, así como los canales de comunicación y retroalimentación una vez que empieces a recibir propuestas.

En este apartado deberías conocer también las rondas de retroalimentación a las que tendrás derecho y el costo de las adicionales, para que no te lleves una sorpresa al momento de iniciar a trabajar. El hecho de que un despacho te ofrezca revisiones **ilimitadas deberías considerarlo un foco rojo**, ya que significa que sus procesos no son sólidos, y en lugar de darte lo que necesitas, corres el riesgo de que te entregue lo que **"tú quieres"**, atendiendo a tantos cambios.



@sky6extravaganza

Sky6

6 ENTREGABLES

pasoseis

Dependiendo de tus necesidades, este punto se vuelve muy relevante, ya que el nuevo branding de una empresa requiere, además del logo, de muchos entregables, y si no previenes esto en el proceso de cotización te puede salir contraproducente.

Aquí no hay un número específico o una manera correcta de medirlo, en la práctica suele suceder que las agencias con menor experiencia tienden a ofrecerte muchos entregables, y los despachos más consolidados pocos.

Nuestra recomendación es que desde el principio tengas claro cuál deberá ser el alcance de tus entregables y que los negocies con el despacho que trabajarás.

Sin embargo, el que un proveedor te ofrezca muchos entregables para nada debería ser un elemento que te ayude a inclinar la balanza, ya que otros puntos como el proceso y la experiencia son mucho más cruciales para el resultado final.



@sky6extravaganza

Sky6

Por último, está la inversión que harás en el proyecto, aspecto que podemos analizarlo desde muchas ópticas. De entrada, te podemos decir que no existe un precio promedio o estándar. Cada despacho te va a cotizar de acuerdo con su experiencia, proceso y portafolio.

Es difícil determinar que es caro o que es barato, pero a nosotros nos gusta partir de una idea muy clara: tu marca es uno de los activos más importantes de tu empresa. Una marca sólida, estructurada y bien desarrollada, te ayudará a incrementar el valor de tu marca, a cerrar negocios más rápido, e incluso a incrementar tu ticket promedio, **¿Cuánto vale todo esto para ti?**

Al igual que con los entregables, nuestra recomendación en este aspecto es que para nada el precio sea lo que te ayude a tomar la decisión definitiva de con quien trabajar. Debes de buscar un balance entre lo que necesitas y lo que puedes invertir, ni el más económico por ser el más económico, ni el más caro solo por ser el más caro. También es importante que al momento de comparar los distintos despachos en este apartado, primero hagas un filtro de acuerdo a la experiencia, portafolio y proceso, y luego ya compares entregables y precio.



@sky6extravagance

Sky 6

8 TABLA DE COMPARACIÓN.

pasoocho

Desarrollamos una tabla que te ayudará a evaluar los distintos despachos en dos rondas, una que te permita primero definir quienes son las agencias que mejor se alinean a tus necesidades y las de tu empresa, para luego medir a las mejores en cuanto a entregables y precios. Esperamos que la tabla te sea de mucha ayuda y te permita tomar una decisión de manera más informada.



@sky6extravaganza

Sky6

8 TABLA DE COMPARACIÓN.

8.2 | SEGUNDA RONDA

Ya que tienes las 3 agencias con mejores capacidades, calidad y proceso, ahora si puedes centrarte en comparar precio y entregables, que los dejamos al final porque nada tienen que ver la calidad del proyecto, que fue lo que evaluamos en la primer etapa. En esta segunda etapa ya no es necesario calificar en escala de 5. Puedes comparar directamente

cuantos entregables vas a recibir contra la inversión total de tu proyecto, para que puedas tomar una decisión lo más acertada. Recuerda que esta segunda etapa es complementaria y que no necesariamente te tienes que ir con quien te ofrezca mejores condiciones económicas o te ofrezca más entregables, muchas veces lo más económico no es lo mejor.

Agencia	Portafolio	Experiencia	Proceso	Cap. Instalada	Calificación



@sky6extravaganza

Sky6



¿YA DECIDISTE CUÁL SERÁ
TU AGENCIA
DE MARKETING

NO DUDES EN CONTACTARNOS
ESTAMOS PARA AYUDARTE



marketing@sky6cancun.com

 +52 998 403 7284

