

BRIEF PARA CREACION DE MARCA NUEVA

1. Información sobre el cliente

Nombre de la empresa:	GO Castings
Nombre completos del contacto:	Roberto Mario Aristizabal Ocampo
Teléfono de contacto:	+57 3144778009
Ubicación de la empresa:	Funza, C/marca
Correo:	raristizabal23@gmail.com

2. Breve historia o trayectoria de la empresa

i *Describe en detalle los antecedentes de la empresa y del servicio.*

Nace a partir de mi experiencia personal en el medio audiovisual, inicialmente como modelo btl, actor y logístico, posteriormente como director de casting para agencias de modelos a nivel nacional y en productoras audiovisuales a nivel Latinoamérica desde el 2010 en adelante, en donde el manager es el puente de contacto con el productor audiovisual, donde esta intermediación informal y falta de tecnología generaba reprocesos los cuales siempre repercutían por desmejorar las condiciones laborales y económicas del modelo, que es quien realiza el trabajo final y es el menos pago en la cadena de comisiones.

3. Valores y Misión de la Empresa

Valores: innovación – integridad – responsabilidad social – transparencia – confianza – pasión.

Misión: Ayudar a conectar a los profesionales del modelaje a ser más competitivos y exitosos.

Visión: Ser reconocida como la app #1 del sector audiovisual más confiable en Colombia, por la excelencia y calidad de sus servicios, sus productos y su solidez financiera.

4. Productos o servicios que ofreces

- i** Describe en detalle de que se trata el producto o servicio, sus características, su precio, promoción, y distribución y beneficios básicos y diferencial del producto o servicio.

Son servicios de modelaje como:

- Modelos de Fotografía
- Modelos de Pasarela
- Modelos de Protocolo (btl)
- Modelos de Logística.

Precio: Solo cobraremos una comisión del 15% de la facturación del cliente, fuera de IVA. Esto varia por el presupuesto asignado por el cliente.

Distribución: Tecnológica y en tiempo real.

Beneficios básicos: Agilidad en el proceso de búsqueda, selección, educación y pago en tiempo real.

Diferencial: En tiempos de reserva del modelo, en la cantidad de perfiles que puedo visualizar, en el valor de comisión del 15% que cobramos, a diferencia de la competencia que no baja de un 30%, esto genera más rango de negociación de la productora y coloca más dinero en los bolsillos de los modelos. Así mismo desencadena más oportunidades laborales, clientes validados y pagos mejor remunerados. Además de tener un ambiente educativo donde damos capacitaciones para los perfiles interesados en pagar estos cursos/infoproductos.

5. Beneficios

- a) Más Oportunidades Laborales
- b) Tomar el Control de su carrera profesional (sin manager)
- c) Clientes Validados y de Calidad (por estudios de seguridad)
- d) Pagos Rápidos + Mejor Remuneración
- e) Contacto Directo con Clientes-modelos
- f) Capacitación para el crecimiento profesional de los perfiles. (educación)

6. Público objetivo o target

i Describe a tu audiencia. ¿A quién se va a dirigir toda la estrategia de comunicación?

a) A quien se va dirigir la marca

Dirigido a modelos de pasarela, de fotografías, de protocolo, de logística y productoras audiovisuales.

7. Quien es su competencia

i ¿Qué ofrecen que los demás no? ¿Qué ofrece la competencia que ellos no? ¿Qué los hace únicos? cómo quieren diferenciarse del resto de la competencia?

Mi competencia son las agencias de modelaje y los managers.
Lo que nos hace únicos es la agilidad, una mayor visualización de modelos, clientes validados y pagos inmediatos a menos tarifa de comisión.

8. Estilos y referencias

i Describe qué elementos visuales te gustan: colores, formas, tamaños, tipografías. Puedes copiar y pegar los vínculos de sitios web en dónde estén estos elementos o diseños.

Colores: Negro, blanco, amarillo.

Formas: que podamos posicionar el GO de nuestro logotipo.

Tipografías: Modernas y elegantes ya que nos dirigimos a un sector que maneja este código.

Logo Actual:



9. Medios en lo que estará el diseño

i Especifica en que medios publicitarios le gustaría estar y si son digitales o impresos. Ejemplo: Redes sociales, banner de algún sitio web, volantes, pendones, vallas publicitarias, etc.

Medios publicitarios: Instagram, Facebook, LinkedIn, tik tok, WhatsApp, YouTube, Google, revistas digitales e impresas, vallas publicitarias, programas de televisión y blogs.

10. Líneas Creativas

i ¿Cuál debe ser el “look” general de tu marca? ejemplo: dinámico, apagado, elegante, artístico, blanco y negro, etc.

Elegante - innovador

11. Detalles adicionales

i **Escribe algunas observaciones o lo que consideres necesario que deba considerarse dentro del diseño.** Escribe aquí. Importante posicionar el GO del logotipo y que este nos de un referente visual, el cual nos indique de forma instantánea que estamos hablando de modelos, de fotografía, hablamos de glamour y estilo.