

# Desarrollo y presupuesto de Fase I

1,0	<p><b>Descubrimiento: Investigación demográfica</b></p> <p>La primera fase de descubrimiento incluye una presentación que responde preguntas como las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Quiénes son los usuarios de Frogmi y cuáles son sus necesidades?</li><li>2. ¿Cuáles son las objeciones que tienen usuarios nuevos antes de otorgar al servicio una oportunidad de mejorar sus recursos e incrementar su eficacia laboral? ¿En qué están interesados? ¿En qué están invirtiendo?</li><li>3. ¿Cómo pueden estas personas/compañías/empresas ser categorizadas en el mercado? ¿Quiénes son? ¿Cuál es el sexo, grupo etario, etc?</li></ol>	
1,1	<p><b>Perfilese usuario: Personas, escenarios &amp; journey maps</b></p> <p>Los perfiles de usuario vienen a representar casos comunes del uso de la navegación en diferentes usuarios de la app y la web para una serie de tareas específicas. El objetivo es identificar a estos usuarios, categorizarlos y establecer tareas para cada uno respondiendo a sus necesidades. Al final de esta etapa se espera una presentación con mapas que clarifican problemas y soluciones en diferentes escenarios posibles.</p>	
1,2	<p><b>Estrategia de contenidos</b></p> <p>Una vez los perfiles de usuario han sido calificados se procede a implementar los resultados obtenidos en la estrategia de contenidos. Ésta debe re-dirigir los contenidos de la app/web para incrementar la eficiencia de su comprensión y funcionalidad. Las dos etapas anteriores son fundamentales para re-organizar la navegación de la plataforma ya que estas argumentan las necesidades reales de los usuarios.</p>	
1,3	<p><b>Traducción de marca &amp; aclaración de su mensaje</b></p> <p>Con los usuarios identificados, sus necesidades, escenarios posibles de navegación y casos de uso para la App y la web, la última etapa de esta fase viene a re-agrupar los documentos anteriores y designar un mensaje claro y fundamentado en los requerimientos de cada caso. El mensaje es la una resolución conceptual que le da una directriz a la marca para hablarle a un nicho específico y previamente estudiado.</p>	
1,4	<p><b>Presentación Fase I</b></p> <p>La presentación es documentada para ser expuesta de manera presencial y evaluar los resultados obtenidos con el equipo de trabajo. El fin es encontrar cómo iterar ciertos procesos para que la estrategia pueda repetirse y mejorar a futuro.</p>	CLP\$290.000

# Fase II

## IDENTIDAD

La segunda fase considera implementar estilos, medidas y campañas para clarificar el mensaje de la marca. Es aquí donde se define la línea transversal, la familiaridad de cada que elemento que conforma el todo. La identidad cimenta los lazos del carácter en diferentes contextos, tanto físicos como digitales, y establece como la organización se ve a sí misma y es vista por su público / audiencia.