

B V R Ō

MARKETING

DIGITAL

MARKETING
DIGITAL

PRADOS DE SAN ROQUE

Inmobiliaria

Prados de San Roque, un desarrollo inmobiliario de Grupo Ambia llegó a BVR0 preocupado por los nulos resultados que habían generado sus esfuerzos publicitarios tradicionales (anuncios televisivos e impresos).

Con el objetivo de ayudarlos a generar prospectos, se les propuso iniciar una estrategia de Marketing Digital, en la cual se diseñó una campaña a través de Facebook Ads focalizada a la captación de leads.

Gracias a la segmentación y el análisis realizado por nuestro equipo, dentro de **los primeros tres meses se logró un total de 872 prospectos** perfilados con el mínimo costo por resultado y logrando la venta total del fraccionamiento en tiempo record.



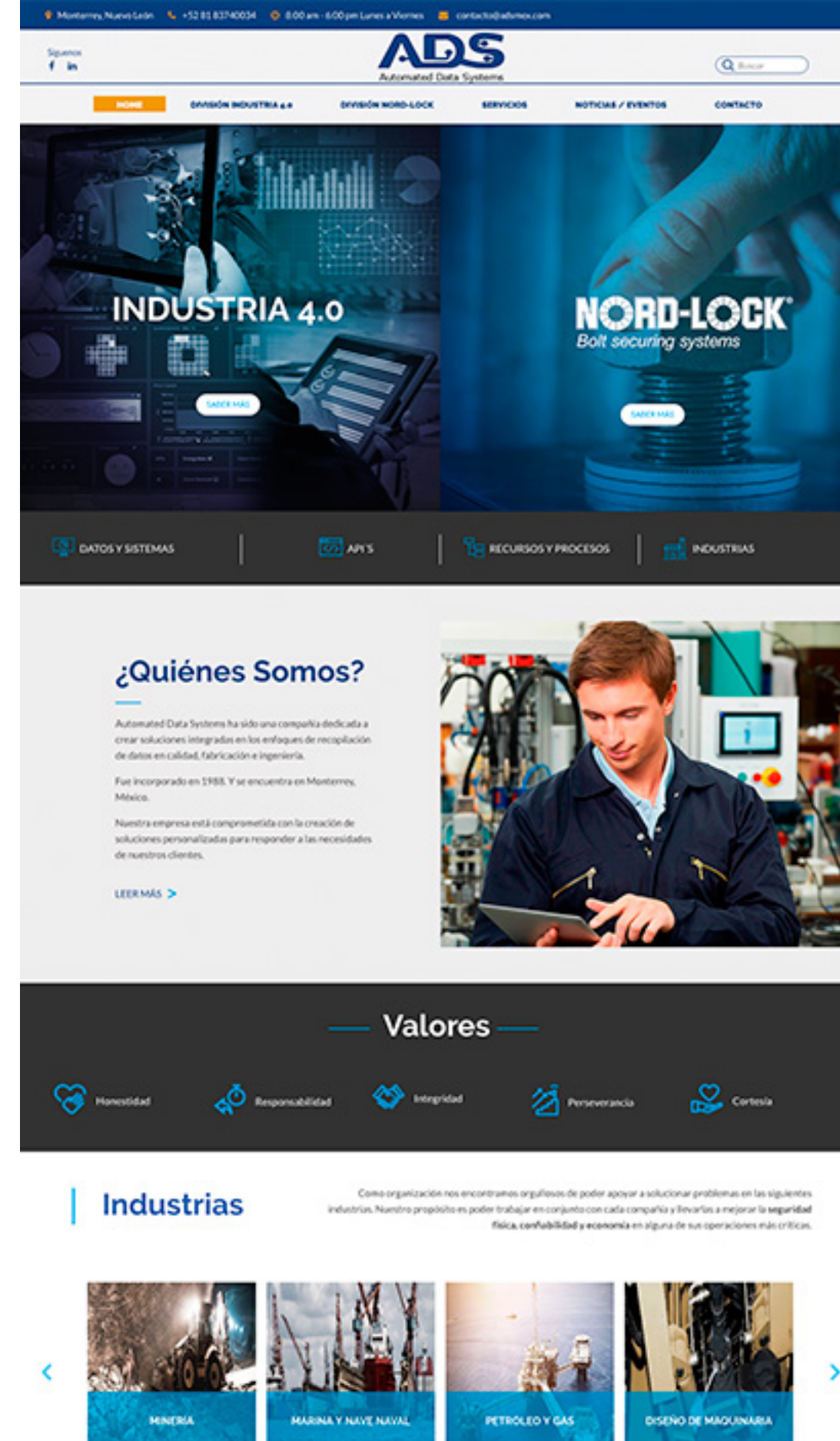
ADS **NORDLOCK**

Industria

ADS Nordlock se acercó a nosotros con un reto. Introducir un producto nuevo en el mercado mexicano. Nos brindaron su confianza sin tener conocimiento en medios digitales.

La campaña inmediatamente resultó atractiva para la audiencia que segmentamos, acercando rápidamente clientes AAA.

Gracias a los leads calificados que han estado generando nuestras campañas, **ADS Nordlock mes a mes va incrementando sus ventas 100%, con un ROI realmente exitoso, superando sus expectativas.**



FINANFORCE

Industria financiera

Finanforce llegó a nosotros como una marca nueva, con el objetivo de darse a conocer.

Realizamos una efectiva estrategia de comunicación que no vendía un producto sino una marca que asegura la solución de un problema que el 100% de la audiencia segmentada tiene: falta de dinero. Con ello en mente, concluimos el mensaje principal, “te prestamos dinero”, que es muy grato leer para el usuario al que se dirigió el anuncio.

Con esta campaña logramos conseguir leads al instante de haber prendido, con bastante flujo y a un costo realmente bajo. **Logramos atraer 3,044 leads calificados en 5 meses.**



BRANDING

BRANDING

ROOSTER GARAGE

Este cliente abrirá un taller mecánico especializado en motos y estará ubicado en Saltillo. Al ser una ciudad desértica, el motocross es muy fuerte. Sin embargo, hay una desventaja: Ninguno de los mecánicos de Saltillo cumplen al cien con el servicio.

¿Objetivo? Que la gente busque a este taller, esta marca, no solo para arreglar motos sino también como aquel de confianza que cuidará de tu moto o que lo verás en los circuitos ofreciendo sus servicios, etc.

Se hizo una mesa redonda, en donde se rebotaron ideas tomando en consideración el brief del cliente. El tipo de perfiles que nos acompañaban eran desde diseñadores hasta comunicólogos. **El objetivo es unificar lo visual, la línea de comunicación, lo que nos ayudaría a definir una identidad.**

Tomando en cuenta esto, comenzamos con la lluvia de ideas, buscando elementos o patrones que nos ayudarán a tener una palabra que cumpliera con todo y una vez encontrada, procedimos con los bosquejos.

Logramos realizar la visión del cliente, con las características necesarias para llegar al mercado meta. **Su reconocimiento en el área y su identidad lograrán ventas netas arriba de su punto de equilibrio.**



BORN TO WING

Este logotipo se crearía para un restaurante al estilo “Las Alitas”, logrando tener presencia con un producto muy cotizado en Monterrey.

Para este logotipo el cliente no sabía exactamente lo que quería, solo se tenía en mente el uso de un gallo. No existía un brief como tal.

Se realizó un benchmark buscando marcas del mismo giro y segmento de mercado en el área metropolitana, además de una encuesta con el fin de generar información relevante y crear un concepto único.

La propuesta se eligió sin modificación alguna ya que se logró superar el objetivo del cliente.



VISAGE

El servicio que el cliente buscaba promocionar es un nuevo concepto en el mercado mexicano, conocido como "Full face aesthetics". El reto que discernimos era el de crear una identidad de marca desde cero, que cumpliera con el propósito estético del servicio.

A través de un estudio detallado se lograron identificar aquellos adjetivos que más empataron con el servicio ofrecido, estableciendo las bases de la identidad. A partir de ahí se realizó una lluvia de ideas para definir con mayor precisión el concepto y nombre, siempre apoyados con una justificación razonable y teniendo presente en todo momento los deseos del cliente.

Una vez trabajado el concepto, sorprendimos al cliente con una propuesta que generó un impacto positivo e inmediato en él y en sus clientes.

Actualmente VISAGE es una marca reconocida en el municipio de San Pedro Garza García, donde cuenta con más de 2,000 seguidores en redes sociales.

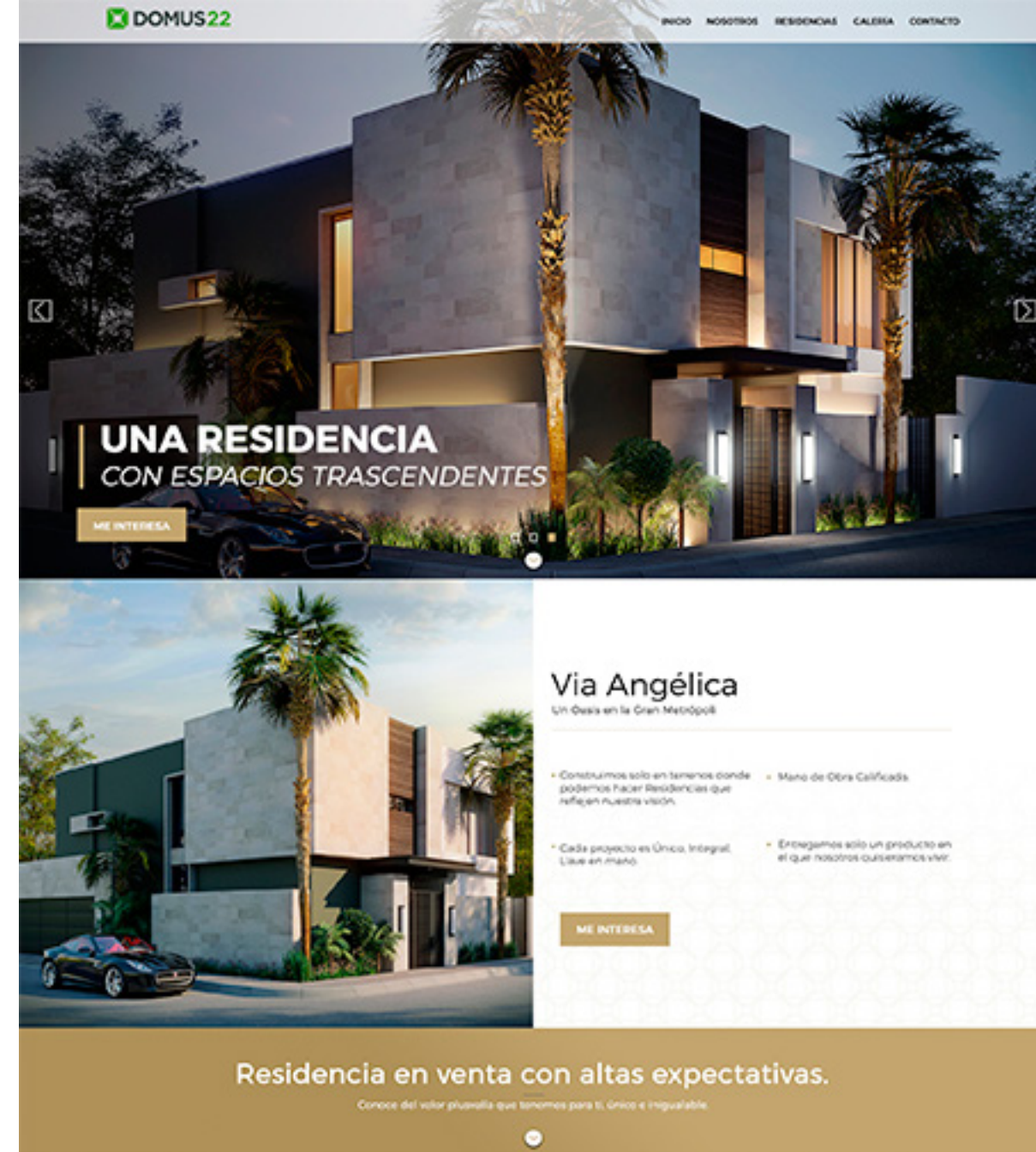


DOMUS 22

Especializados en diseño y construcción de casas-habitacionales con un valor promedio de 15 millones de pesos. En este proyecto, se deseaba que el diseño del logotipo se inclinara más al concepto de construcción, sin dejar de lado el interiorismo y/o el diseño.

Entre todo el equipo, se llevó a cabo una dinámica con formas geométricas, visualizando cuales marcarían la palabra fuerza, diseño y solidez.

Los resultados fueron buenos, **al cliente le gustó bastante el concepto del logotipo, los colores fueron cambiando hasta cumplir enteramente con los deseos y necesidades del cliente.**



DOMUS22



Arq. María Valero

GERENTE GENERAL

www.domus22.com.mx

maryvalero@domus22.com.mx +52 361 1120 1909

Calleja Del Valle No. 400, Col. Del Valle, San Pedro Garza García, N.L.

DOMUS22

WELLINGTON TAYLORS

El enfoque del negocio es trajes y camisas a la medida. La marca tenía ideas muy específicas sobre lo que necesitaba, sin embargo las referencias para el logotipo no lograban transmitir lo que el cliente quería expresar, según la personalidad de la marca.

De manera separada, el equipo comenzó a diseñar un concepto para esta marca, una vez creado, cada diseñador creó una línea que fuera diferente y como equipo buscamos la mejor retroalimentación del equipo creativo.

El cliente no tuvo duda alguna al escoger un logotipo moderno, estético y elegante.



LA FUNDACIÓN

Del giro alimenticio, La Fundación es un restaurante regio, ubicado en Barrio Antigo. El objetivo de este proyecto era el de crear un concepto desde cero, que incluyera la experiencia, tipo de lenguaje, perfil de la marca, entre otros elementos. El desafío se presentó al inicio, el brief era vago y siendo un nicho con mucha competencia, era difícil de diferenciarlo sin el apoyo del cliente.

Se juntó a todo un equipo creativo, el cual realizó un benchmark de la competencia en la parte demográfica, conceptual y segmento de mercado. **Se llevó a cabo una lluvia de ideas, se bocetó y se dio inicio a unificar la línea gráfica con la comunicación para así dar pie a un logotipo que lo representara.**

Los resultados fueron positivos, **el restaurante generó hasta 4,000 seguidores en redes sociales**, lo que representó una gran aceptación entre sus comensales.



PUBLICIDAD

PASTELERÍA LETY

La marca carecía de carácter y personalidad, se interpretaba como un sitio informativo en el cual colocar promociones, sin invitar al público a interactuar o definir una identidad propia. La contestación era fría y no transmitía un sentido de preocupación, calidez o confianza como debería ser Pastelería Lety.

Se elaboró una línea de comunicación basada en la calidez, personificando a una figura maternal siempre preocupado por el bienestar y disfrute de sus clientes. A su vez se animó a la comunidad a participar a través de post interactivos como juegos y puzzles. De igual manera, para incrementar el reconocimiento de la marca, se trabajó en alianza con diversas marcas regionales e influencers para posicionar el producto en un mercado más amplio.

No solo incrementó exponencialmente en usuarios y en la tasa de engagement rate a través de las publicaciones, sino que **se creó una comunidad alrededor de la marca**, en ella los usuarios percibían la cuenta como un miembro más de su familia, **lo cual aseguraba lealtad con la marca y sus productos.**



DIABLO PHILIPINO

La comunicación fue un reto ya que se empleó un lenguaje coloquial con el que los jóvenes se identifiquen, cuidando nuestras palabras para no afectar a ninguna persona o grupo.

Se implementó una línea gráfica colorida con temas en tendencia e interacción con nuestro personaje que es el Diablo.

¿Cómo aportamos a su mejora? Aportamos en cuanto a interacción ya que no solo era que fueran a visitar el food truck sino también la contratación de eventos y **crear reconocimiento con el usuario.**



PUMEX

Al ser una cuenta industrial, fue un reto crear una voz para la cuenta, proyectar la confianza del producto y al mismo tiempo crear una estrategia de interacción para que el mensaje llegue a nuevas generaciones.

Se implementó una estrategia de interacción, con los que **creamos confianza en el usuario** ya que inclusive recibimos más gente que quiere ser aplicador y trabajar para la empresa.



SISTEMA DE AISLAMIENTO TÉRMICO PUMEX

Confort en tu espacio con una temperatura óptima. Tu hogar aislado sin importar los cambios de clima.

DESDE
\$145.00*
EL METRO CUADRADO

PRECIO INCLUYE:

- Producto:
Poliuretano e impermeabilizante
(Sistema de aislamiento térmico e impermeabilización)
- Mano de obra

QUÍMICA PUMEX

* Precio válido sólo en Monterrey, Nuevo León, precio puede variar en otras zonas. Precio no incluye limpieza o adecuaciones en el área a aplicar, se cotiza por separado. Instalado por aplicadores externos certificados por Pumex.

VENTAJAS:
AISLA Y REHABILITA las superficies de tu hogar, **AHORRANDO** dinero en reparaciones.



QUÍMICA PUMEX

WEB

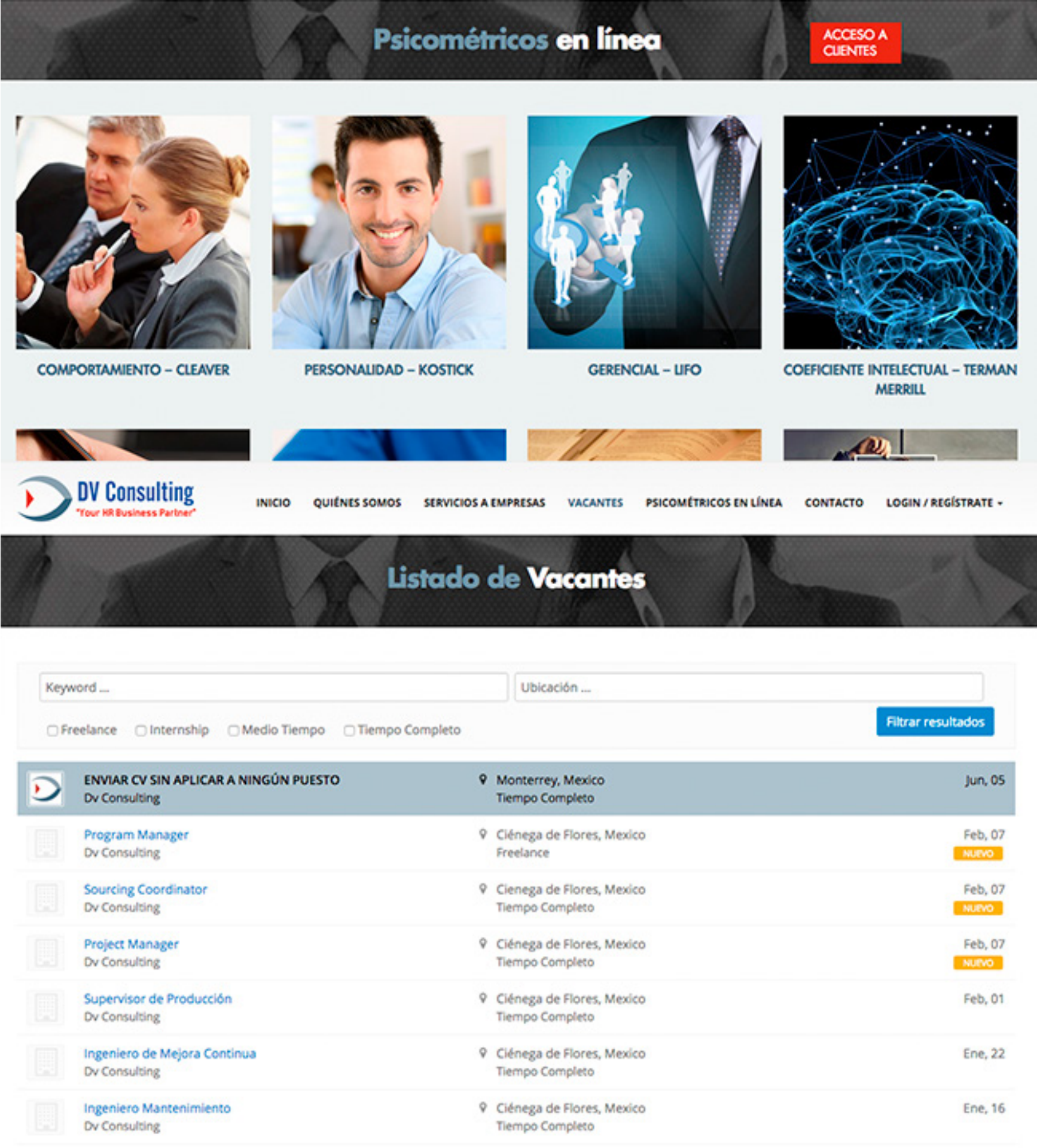
DV CONSULTING

Página web

Nuestro cliente, experto en servicios de Reclutamiento y Selección, Head Hunting y Exámenes Psicométricos, presentaba dos desafíos: Obtener de manera más efectiva los indicadores de resultado para sus reclutadores simplificando los procesos por medio de las TI y eliminar la dependencia de plataformas como LinkedIn y OCC con el fin de reducir costos.

Se plantearon 2 estrategias para cada una de las problemáticas. En el primer caso se analizaron los reportes generados por medio de EXCEL identificando las variables y métricas indispensables para asegurar resultados efectivos. En segunda instancia, se estudió a fondo las plataformas de reclutamiento en las que se publicaban sus vacantes para obtener la información adecuada de cada uno de los perfiles de los candidatos y postulaciones.

Les brindamos la respuesta más acertada para cada una de sus problemáticas. **Se entregó un nuevo sitio web, atractivo para posibles clientes y candidatos en busca de una oportunidad laboral, en este sitio se incorporó una plataforma similar a los sitios de reclutamiento que estaban acostumbrados para que ellos pudiesen publicar de forma sencilla todas sus vacantes.** Otra de las ventajas de esta herramienta fue la automatización de reportes, los cuales están disponibles en un solo clic.



CORESA

Landing

Una empresa de alto impacto en el ramo del aire acondicionado, refrigeración, calefacción y ventilación solicitó nuestro apoyo para generar prospectos de venta para su distribución a nivel nacional.

Con el objetivo de obtener la mayor cantidad de prospectos calificados, **se desarrolló una estrategia de generación de leads a través de la red de búsqueda de Google.** Monitoreando arduamente las campañas y tomando decisiones clave que posicionarán en lo más alto del buscador a nuestro cliente, **seguimos generando prospectos y aportamos a las ventas de nuevas líneas de productos y productos de menor demanda.**

Al tener productos que se ven afectados por la temporalidad, complementamos con una estrategia de Engagement con su base de seguidores y la amplia base de datos que hemos generado a lo largo del tiempo.



CORESA
RECIBE LO MEJOR, SIEMPRE

En la compra de un Compresor fraccionario Embraco o Danfoss** llévate

GRATIS UN FILTRO DESHIDRATADOR

**Consulta modelos participantes. Aplican restricciones. Válido del 2 de abril al 31 de mayo.

NUESTROS SOCIOS COMERCIALES   



CORESA
RECIBE LO MEJOR, SIEMPRE

CONOCE EL SISTEMA VRF

La tecnología nunca había sido una solución tan excepcional ya que proporciona control como un sublime equilibrio térmico que se adapta a las necesidades del inmueble tanto para: oficinas, aulas, fábricas y residencias, pero sobretodo grandes locales comerciales, esto sin olvidar que las unidades que se encuentran situadas en el exterior son funcionales como sumamente silenciosas.

[Seguir leyendo](#)



BENEFICIOS VRF

- Funcionamiento silencioso.
- Eficiencia energética.
- Ideal para espacios reducidos.
- Calefacción y refrigeración por zonas.
- Controles de última generación.
- Menos averías/ menos tiempo de inactividad.



[Conoce las opciones VRF que tenemos para ti.](#)

CORESA
UN ALIADO EN TUS PROYECTOS

Seguimos el paso de
la innovación
para conseguir una
evolución constante

   **GRACIAS**
por visitarnos en 

Te esperamos en la edición Monterrey 2020



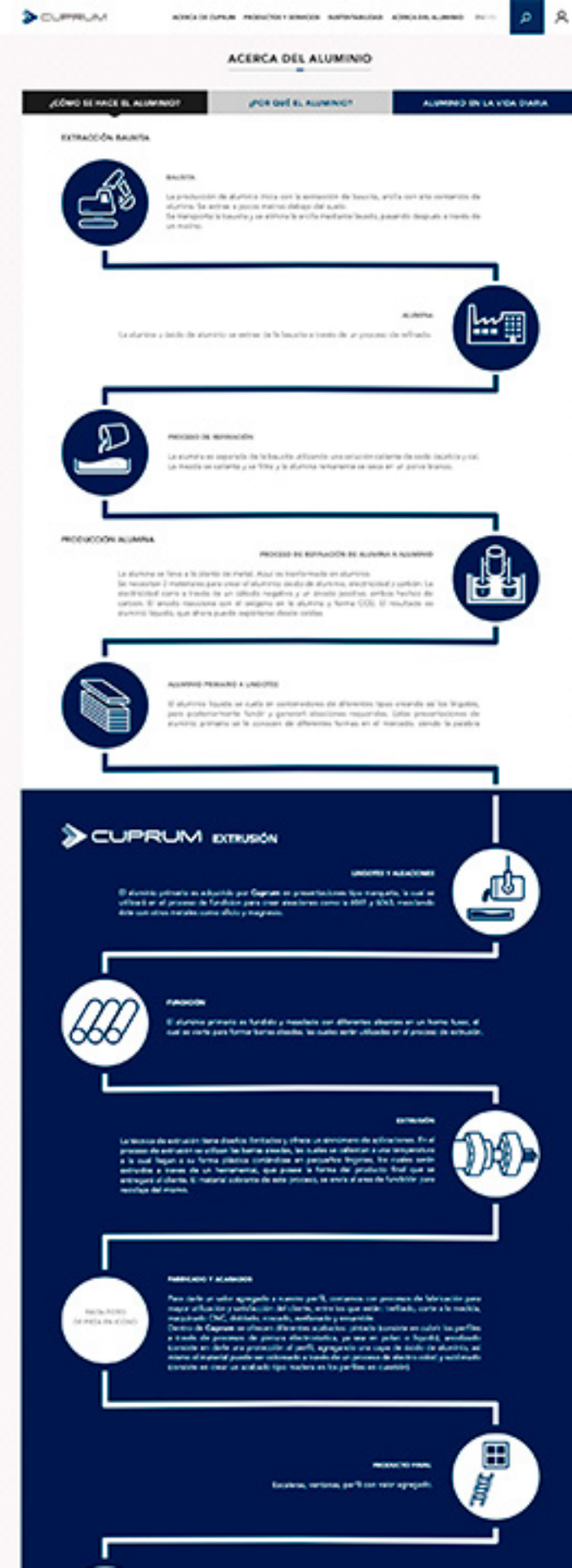
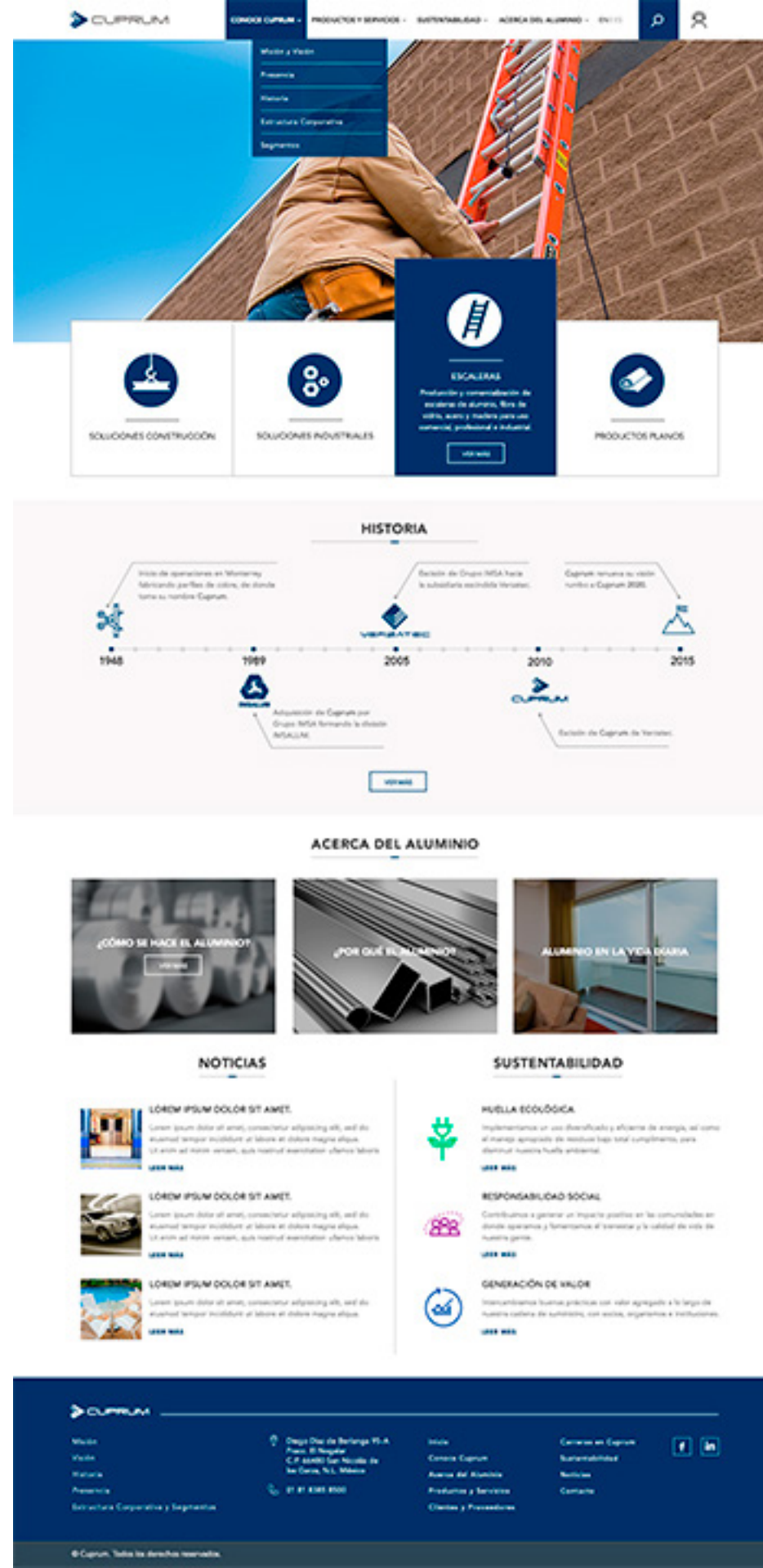
CUPRUM

Página web

Se desarrolló un sitio web completamente nuevo para una de las empresas líderes en aluminio en México, capaz de transmitir los valores de la empresa y a la vez dar a conocer los productos y soluciones que ofrecen de la forma más clara y atractiva posible.

Diseñamos un sitio web utilizando tendencias flat design y tratando de mantener un mapa de navegación lo más sencillo y limpio posible con el fin de que los usuarios realicen el menor número de clics al navegar.

El resultado obtenido fue el de un sitio que se adapta a todos los dispositivos, tanto en su versión en español como en su versión en inglés. Con un tiempo de carga de 1.5 segundos máximo, optimizando el nivel de rendimiento del sitio.



IMPERCAUCHO

Página web

El objetivo es impulsar las ventas de producto mediante el desarrollo de una tienda en línea con capacidad de envío y distribución a toda la república mexicana. Gracias a que la marca ya contaba con buena presencia en internet y a un sitio web con la información necesaria, se optó por ir directo al punto, generar ventas y hacer énfasis en el producto y sus diversas promociones.

La tienda en línea fue desarrollada utilizando una plataforma con la capacidad de manejar el inventario online, utilizando métodos de pago de confianza para los compradores, y con notificaciones inmediatas sobre el estatus de sus pedidos.

Durante el periodo de 1 año en activo, la tienda en línea ha generado un total de ventas netas por un valor de \$628,367.02 MXN y un promedio de ventas mensual de \$48,335 MXN.



PYXOOM LITE

Página web

La necesidad del cliente era la creación de un sitio web desde cero, con el objetivo de dar a conocer uno de los nuevos productos de la familia PSW Global y su integración en un sistema de ventas de licencias software en línea para la aplicación de evaluaciones psicométricas.

Analizamos por completo la familia de productos PSW Global, con el objetivo de presentar de manera única y original el producto de Pyxoom Lite y se desarrolló un sitio web informativo con todo lo que es necesario conocer sobre el producto así como sus variaciones y distintos precios. Dar a conocer las aplicaciones de las diferentes Evaluaciones Psicométricas que se realizan y mostrar los resultados mediante reportes.

Durante el periodo de vida del sitio web han sido generados un total de \$237,425 MXN en ventas de licencias de Software.



FOTO Y

VIDEO

FOTO Y
VIDEO



JETLIFE

La marca, especializada en la renta de jets privados, carecía de material audiovisual para promover su servicio. Al no contar con este elemento, la marca se valía de imágenes de catálogo que restaba valor y confianza a su público pues estos desconocían sus verdaderas instalaciones.

Con el fin de resolver esta problemática **se han llevado a cabo diferentes producciones en las cuales presentamos, de una forma atractiva y novedosa sus instalaciones.**

A través de esto, se obtuvo material interactivo y dinámico, en lo que respecta al área audiovisual, ya que se trabaja con conceptos creativos y temporalidades para elevar la expectativa del servicio.

<https://www.youtube.com/watch?v=hlnQ5xQhmyc>



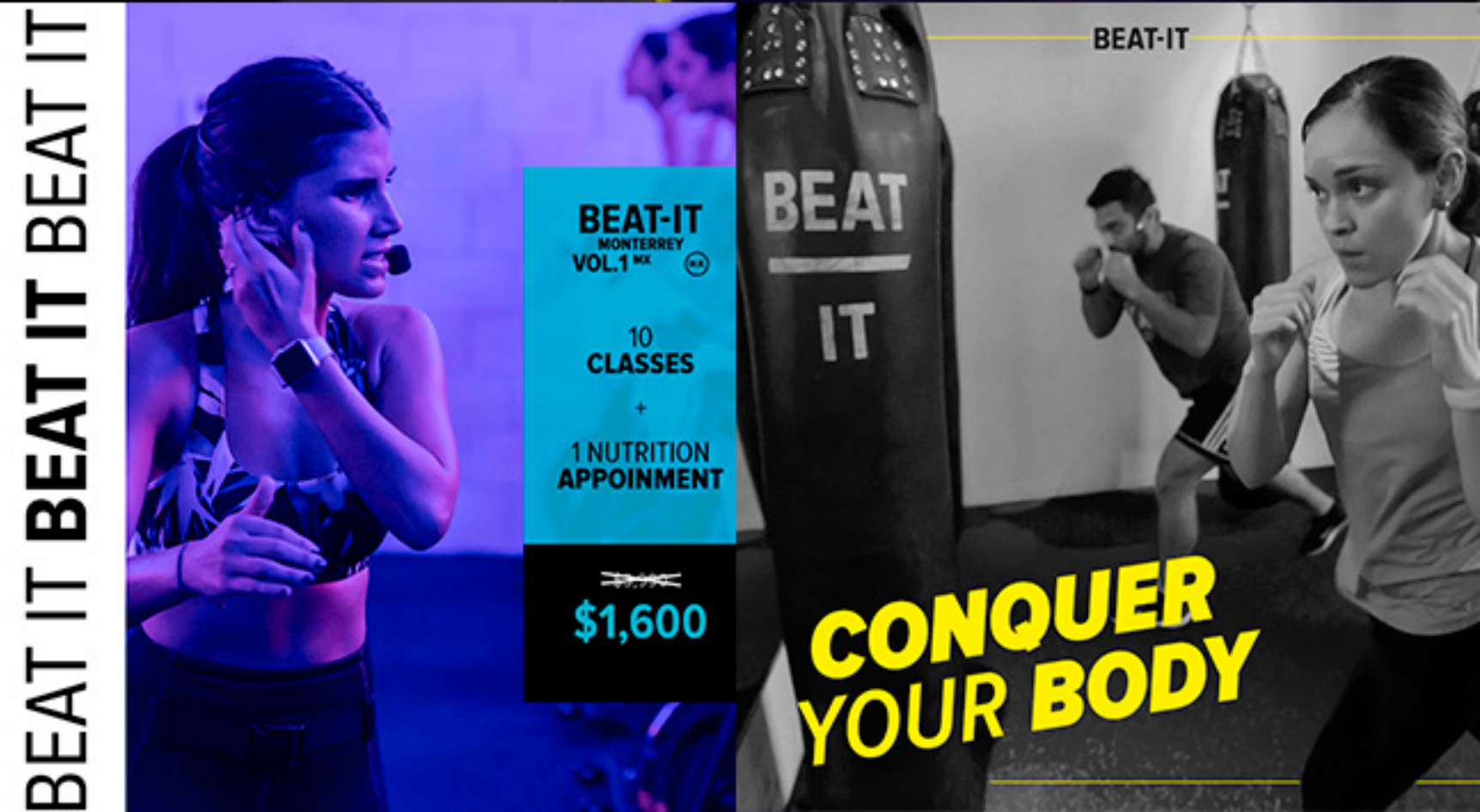
BEAT IT

No se reflejaba el potencial distintivo que ofrecen las instalaciones [DJ live + RIDE + BEAT-FIT], no se transmitía la experiencia a través del punto más importante de Beat it. El desafío era lograr el ambiente de un espectáculo/ salón de baile/antro, sin restarle importancia a las rutinas de ejercicio.

Se llevaron a cabo producciones que transmiten la experiencia de Beat it mediante un ejemplo claro, preciso y dinámico (actividad física dentro de un ambiente lleno de luces y música), la ejecución de una edición que sostenga lo que la música expresa, en este caso mucha energía, una atmósfera llena de luces cambiantes y cortes rápidos.

Con ello se logró videos más interactivos y dinámicos. Presentaciones divertidas de couches explotando los elementos a nuestro favor, el deporte, los sonidos, luces y emoción.

https://youtu.be/WIL0I3_OcbQ



CAMBIA TU NAVE

La marca no contaba con material gráfico lo cual nos dio oportunidad de trabajar con la creación de este desde cero. Transmitir y explicar el concepto de algo que aún no se concluyó es un reto.

La marca cuenta con una App de la venta y compra de autos. El desafío era exponer ideas sobre autos de manera seductora y creativa sin rayar en lo vulgar, explicar correctamente el uso de la App sin confundir al usuario y así invitarlo a descargar el App mediante pequeños videos creativos.

Propusimos una identidad de marca desde cero, desarrollando una personalidad muy divertida para atraer a más espectadores.

<https://youtu.be/RmBrHwlwhfQ>

cambiatu[®]
nave.com

La app más fácil y
segura
**para vender y comprar
autos.**

Ya estás a un paso de cambiar tu nave.
Descarga la app aquí

Available on the
App Store

GET IT ON
Google play

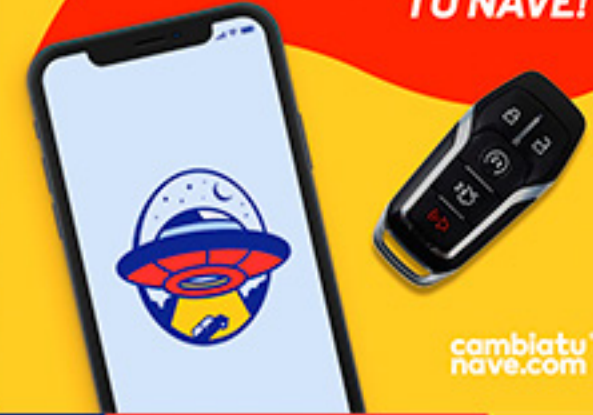


Conoce todos
**los beneficios
que ofrecemos**

- Facilidad de búsqueda de vehículos por modelos, precios, marcas y más.
- Acceso a información técnica y fotografías de cada vehículo.
- Llamadas directas a vendedor y contacto directo por Whatsapp.
- Encuentra consejos e información de valor para el cuidado de tu auto.
- Recomendaciones de refaccionarias, agencias de autos, autolavados y más.



**¡SOMOS LA FORMA
MÁS FÁCIL DE VENDER
TU NAVE!**



cambiatu[®]
nave.com

¡Que no te la roben!



2009



2019

cambiatu[®]
nave.com

B V R Ō