



STUDIOB

CREDENCIALES

2020

¿QUIÉNES SOMOS?

AGENCIA BOUTIQUE CON SOLUCIONES
DE MARKETING Y COMUNICACIÓN
TAILOR MADE.

- Marketing BTL
- Experiential Marketing
- Shopper & Trade Marketing
- Impresión (pequeño y gran formato)
- Intervención con artistas CAMINARTE

SERVICIOS

EXPERIENTIAL MARKETING

- Lanzamiento de Producto
- Convenciones
- Eventos
- Alianzas Estratégica
- Fiestas de Fin de Año

MARKETING BTL

- Activaciones
- Street Marketing
- Producción y Stands
- Intervención con artistas CAMINARTE

SHOPPER & TRADE MARKETING

- Demos & Promotoría
- Mystery Shopper
- Display & Materiales PDV
- Promocionales
- Planes de Lealtad

WAY OF WORKING

La forma en la que trabajamos
define nuestros resultados

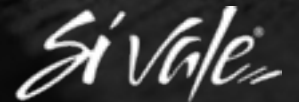




PLANNING

Todo proyecto debe iniciar con la generación de una idea, con ello una planeación que nos permita ejecutarlo a la perfección

CLIENTES



A dark, moody photograph of several incandescent light bulbs on a wooden surface. One bulb is upright on the left, while others are lying on their sides to the right. The scene is dimly lit, with the bulbs appearing as dark shapes against a slightly lighter background.

NUESTRO TRABAJO

LANZAMIENTO DE PRODUCTOS





LANZAMIENTO DE PRODUCTOS



LANZAMIENTO DE PRODUCTOS





SAMSUNG

Samsung Knox Samsung
Knox Samsung
Samsung Knox
BIENVENIDO
ALEJANDRO
MACOTELA
Samsung Knox Samsung
Knox Samsung Knox
Samsung Knox

LANZAMIENTO
SAMSUNG
B2B KNOX · 200 PERSONAS



ACTIVACIONES

CAPACITACIÓN DE PRODUCTO





PASARELA VANITY



INTERVENCIÓN CON ARTISTAS



PRODUCCIÓN DE STANDS



PRODUCCIÓN DE STANDS





CASOS DE

ÉXITO

EL GUACAMOLE NOS UNE



- OBJETIVO:**
- Generar awareness sobre el lanzamiento de Mayonesa Guacamole.
 - Direccionar al Shopper a realizar compra en PDV.
 - Demostrar que el la Mayonesa Guacamole une a las familias, amigos, colaboradores al momento de disfrutarla, ya que es un topping que se coloca en el centro de la botana.
 - Capacitar a la fuerza de ventas de McCormick.
 - PR con Medios de comunicación.

- VENUES:**
- Parque de los Venados
 - Centro Comercial Samara
 - Zócalo de la CDMX
 - Grupo Wal Mart
 - Restaurante la Vicenta – Medios y Fuerza de Ventas.

- RESULTADOS:**
- Impacto a más de 2M de personas.
 - Degustación a 5,900 personas.
 - ROI: 114% en medios de comunicación.



HERSHEY

Superama



OBJETIVO:

- Mediante alianza estratégica de marcas, impulsar la venta de servicio a domicilio de Superama y generar nuevos usuarios.
- Realizar una actividad que conecte emocionalmente con el consumidor, relevante y diferenciadora con la identificación de drivers y barreras en la decisión.
- Crear experiencia de compra entre usuarios y no usuarios.



ACCIÓN:

- Digital Experience



LEVER:

- Engagement & Discovery



VENUE:

- Superama Loreto y Galerías Insurgentes



DESPIERTA MEJOR



OBJETIVO:

- Dar a conocer los desayunos de BK.
- Comunicar al consumidor final que los desayunos de BK te hacen despertar mejor.
- Sampling de comida en calle de lanzamiento desayunos.



VENUES:

- Polanco (Metro Polanco)



RESULTADOS:

- Impacto a más de 10k personas.
- Degustación a 900 personas.



THE CLAW MACHINE



OBJETIVO:

- Generar awareness sobre los frascos coleccionables McCORMICK edición especial DISTROLLER.
- El Shopper re utilice los frascos de McCORMICK para almacenar cosas en su casa (reciclaje).
- Incrementar el SO de este producto un 25% y ganar MS.
- Capacitar a la fuerza de ventas de McCormick.
- PR con Medios de comunicación.



VENUES:

- Centro Comercial Oasis Coyoacán.
- Centro Comercial Tlalnepantla.
- Anima tu día Park - Medios
- Six Flags – Fuerza de Ventas.



RESULTADOS:

- Impacto a más de 3K personas.
- Incremento del SO 38%*
- ROI: 127% en medios de comunicación.

*Información proporcionada por McCORMICK.



AMAZON PRIME DAY 2019



- OBJETIVO:**
- CREAR POR SEGUNDO LA FESTIVIDAD MÁS IMPORTANTE DE AMAZON, PRIME DAY, UN DÍA LLENO DE OFERTAS, UN DÍA ÚNICO EN EL MUNDO EN EL QUE LA PLATAFORMA DIGITAL VIVE EN LA VIDA REAL PARA QUE SUS CLIENTES PUEDAN REALIZAR COMPRAS ESPECTACULARES.

- VENUE:**
- ESTACIÓN INDIANILLA



ZTE CHALLENGE

ZTE



OBJETIVO:

- CREAR UNA EXPERIENCIA EN EL SHOWROOM DE TELCEL DEL 2019. DENTRO DE LA EXPERIENCIA DEBÍAMOS GENERAR UNA DINÁMICA ATRACTIVA PERO QUE AL MISMO TIEMPO FUNCIONARA PARA CAPACITAR A LOS ASISTENTES SOBRE ALGUNOS PRODUCTOS DE MARCA ZTE.

SE CAPACITARON A MÁS DE 5,500 ASISTENTES, TODOS ELLOS FUERZA DE VENTA DE TELCEL, SE LES DIO UNA CAPACITACIÓN DINÁMICA, FUERA DE LO COMÚN REFORZANDO TODOS LOS NUEVOS LANZAMIENTO DE ZTE SMARTPHONES Y SUS CUALIDADES.




VENUE:

- CITY BANAMEX



ZTE POWER KICK

ZTE

-  **OBJETIVO:**
- REFORZAR EL PATROCINIO QUE TENÍA LA MARCA CON EL EQUIPO DÁNDOLE UNA EXPERIENCIA A LOS AFICIONADOS QUE LOS ENVOLVIERA EN UN AMBIENTE FUTBOLERO.
 - PARA REFORZAR EL PATROCINIO Y DARLE CONTINUIDAD AL IMPACTO, SE REGALARON DIFERENTES GIVEAWAYS QUE AYUDARÁN A TENER PRESENCIA DE MARCA DURANTE EL PARTIDO EN EL ESTADIO.

-  **VENUE:**
- ESTADIO UNIVERSITARIO





ARQUITECTURA

RENDERS





SMARTWATER





SAMSUNG





DISEÑO

DE INTERIORES





DESTILERÍA



Jose Cuervo

DESTILERIA

Jose Cuervo

Jose Cuervo

Tequila

Tequila



EXPOS

STANDS



AT&T STAND MODULAR ROTATIVO



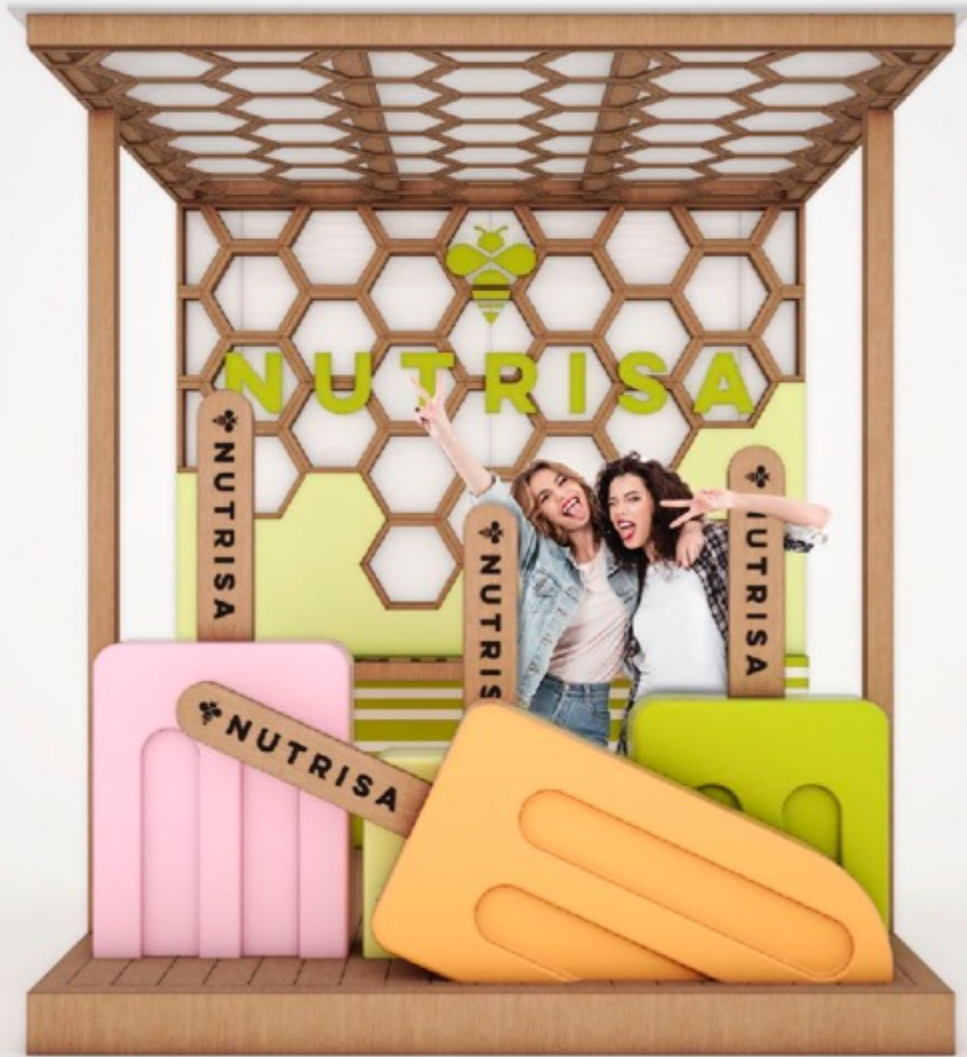


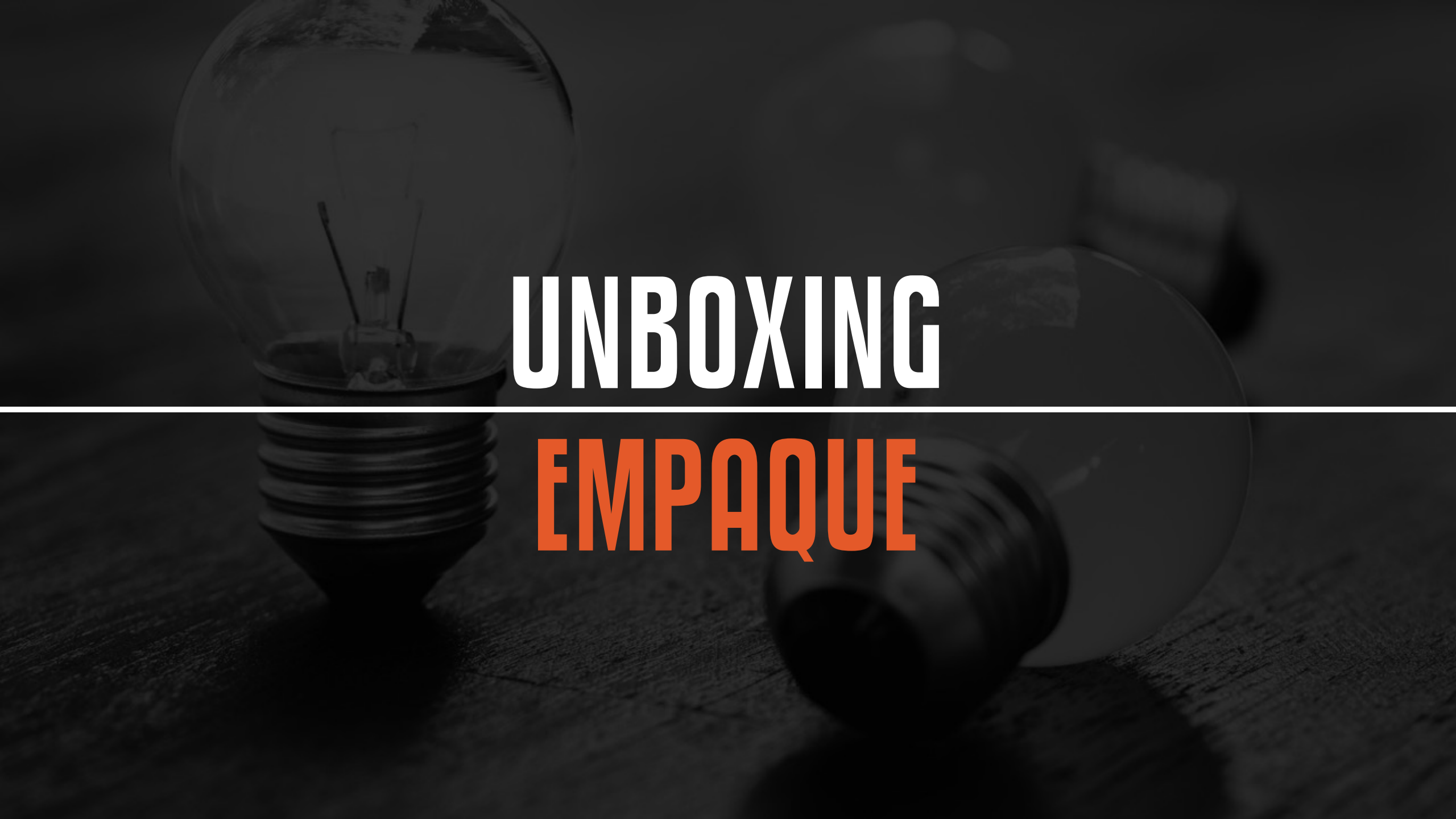


NISSIN



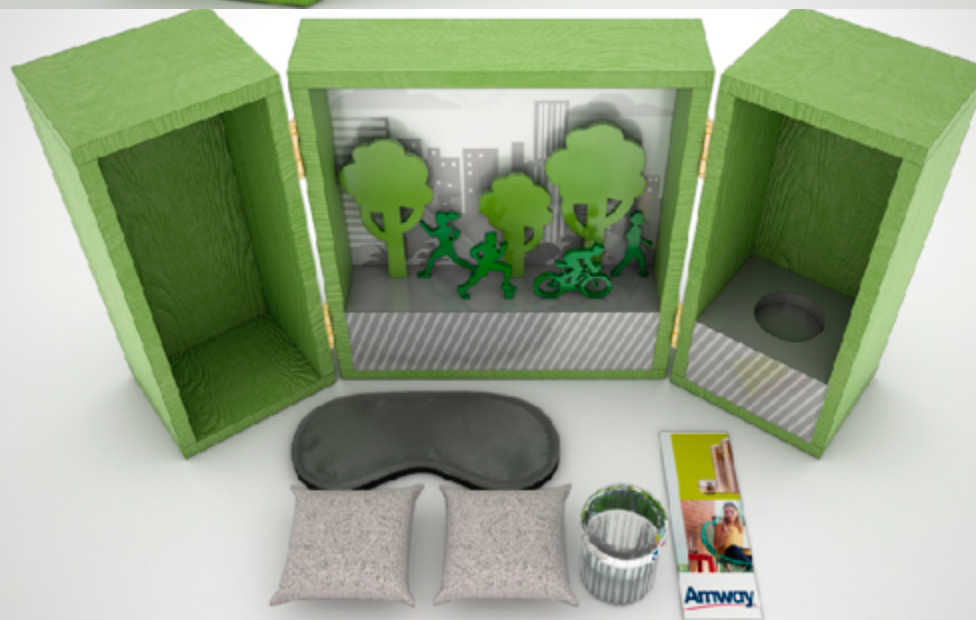
NUTRISA





UNBOXING

EMPAQUE



PERNOD RICHARD



MC CORMICK



EA-BATTLEFIELD





DISPLAY

ZTE





MSI



MONDAVI



EL JAPONES





GRACIAS

STUDIO**B**