

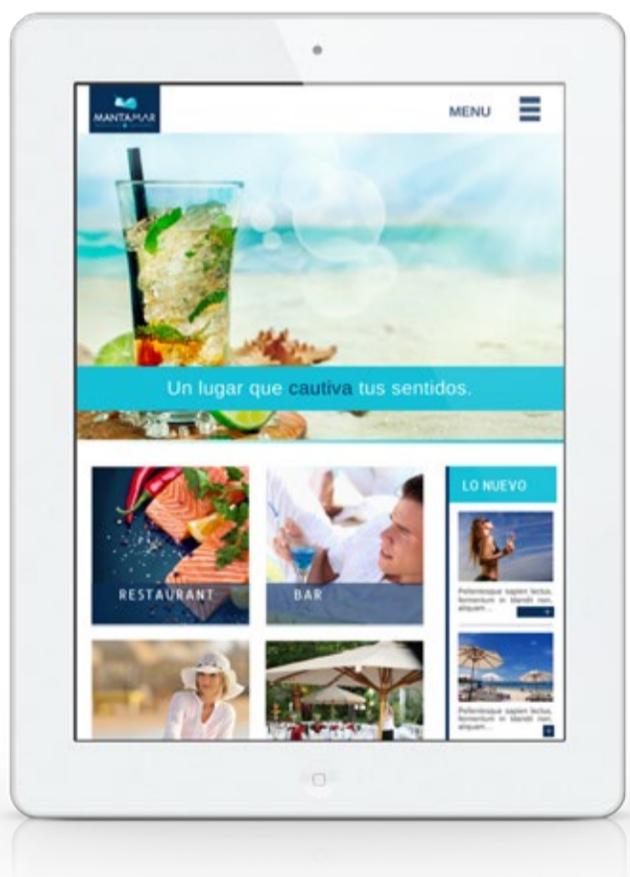
Mantamar Beach Club Bar & Grill



Desde su lanzamiento en Febrero de 2013, Almar Resort ha estado subiendo activamente sus perfiles locales, en parte gracias a su agencia oficial Mijo! Brands. Mijo! promueve la participación comunitaria como un deber que las marcas necesitan ejercer en las comunidades a las que sirven. Almar Resort parece haber comprado la filosofía de Mijo! mediante la firma de 3 eventos culturales que se llevarán a

cabo en sus instalaciones, como el Vallarta Pride 2014 (que se celebrará a finales de Mayo).

Mijo! Brands fue llevado a bordo un poco después de que se creó la marca Almar, tomando el papel principal en el desarrollo de su estrategia de activación de marca y la estrategia digital.



Mijo! Brands recurre al nombramiento para crear Mantamar:

Mijo! Brands fue invitado a participar junto con otras dos agencias para desarrollar la marca y el concepto de diseño para el nuevo club de playa que funcionará como una parte separada pero integral de Almar Resort. Mantamar ofrecerá diversas actividades acuáticas no motorizadas. La comida y la cena en el restaurante cubierto con una impresionante palapa vendrá junto con la piscina, el bar y DJ's prometedores para las noches de la temporada alta.

Nuestra experiencia:

No solemos competir por proyectos, ya que requiere basarse en suposiciones y conjeturas con el fin de desarrollar el brief creativo. Pero los restaurantes y clubes de playa de la magnitud de Mantamar son raros. Es un proyecto increíblemente ambicioso y por supuesto que queríamos participar desde el principio para desarrollar el concepto y aplicar la marca”, explicó Daniel Gómez, Director de Estrategia de Marca y Socio en Mijo! Brands.

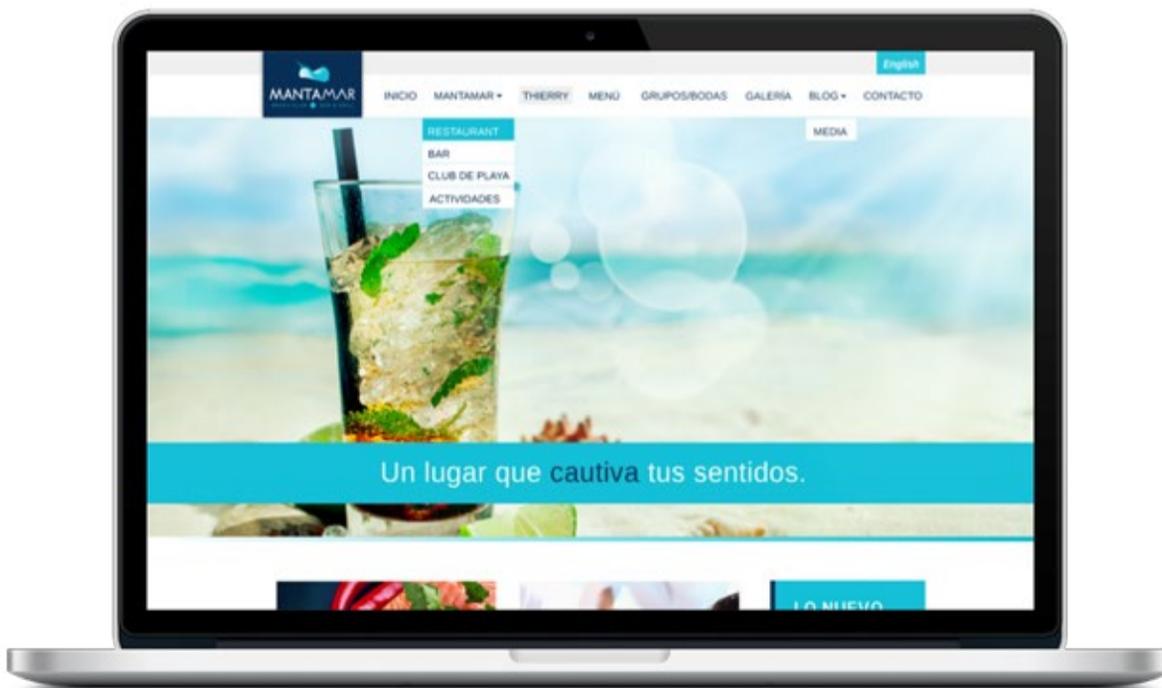
El proceso de competencia duró varias semanas y Mijo! Brands finalmente presentó un total de 4 posibles nombres para la marca junto con sus conceptos de diseño, luego de haber generado más de 200 nombres durante 5 intensas lluvias de ideas.





Jorge Chávez, Líder de Campañas y Contenido en Mijo! Brands, explicó que “la calidad o significado de un nombre y su posterior diseño son totalmente subjetivos y puede hacer que el proceso de lanzamiento sea una experiencia arriesgada y frustrante. Es probablemente el más difícil y el menos científico de los servicios que ofrecemos. Por lo tanto, mitigamos el riesgo creando una narrativa sólida alrededor de los nombres más fuertes de la lista para presentarlo al cliente. Nos aseguramos de que cada nombre potencial se percibiera como nuevo y original pero

familiar para el cliente. La estrategia del ‘arte como ciencia’ funcionó. Los primeros 2 nombres fueron debatidos por lo menos una semana antes de que Mantamar ganara”. Una vez que la estrategia de marca y los nombres estuvieron en su lugar, los diseñadores intervinieron para crear los conceptos de diseño. “El aspecto del diseño del proyecto es inmenso y un poco intimidante”, confesó el Líder Creativo de Mijo! Brands, Juan Carlos Palma, “pero entonces, no sería un proyecto fantástico si no tuviera estas variables”.



Nuestros talentos aplicados:

El proyecto verá a Mijo! Brands desarrollar el diseño de la marca, su estrategia de comunicación online y offline, un sitio web responsivo (que se lanzará a mediados de Enero) y una gran variedad de mercancía y materiales relacionados.