



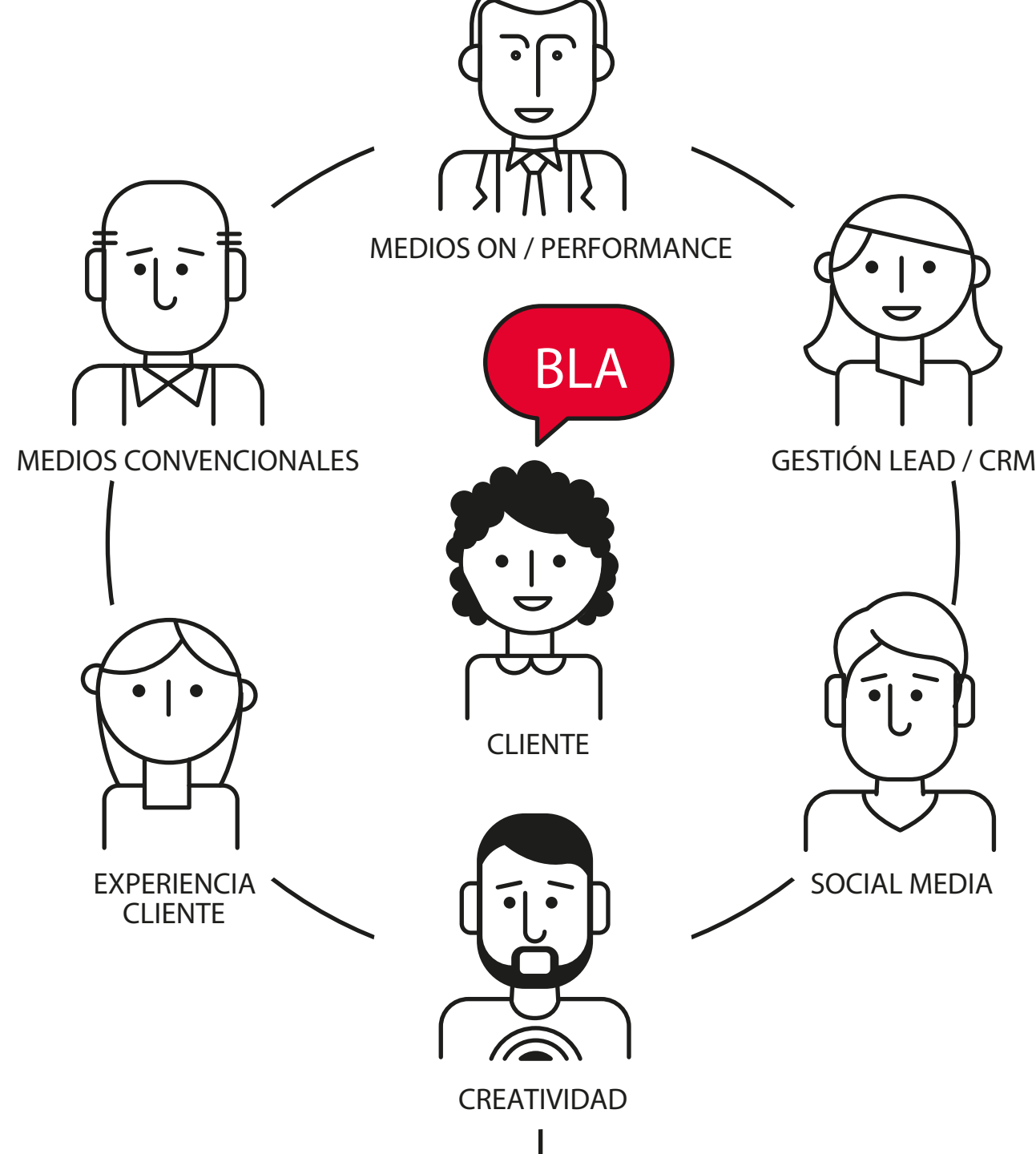
NUESTRO PROCESO CREATIVO

Somos una compañía que se diferencia por tener una oferta integradora de marketing y comunicación, con un enfoque consultivo al abordar los problemas de negocio de nuestros clientes y con una estructura de especialistas con gran experiencia que nos permiten ser líderes en cada una de las disciplinas: estrategia, análisis, medios ON y OFF, creatividad con una sólida metodología de trabajo y enfocada a los resultados.



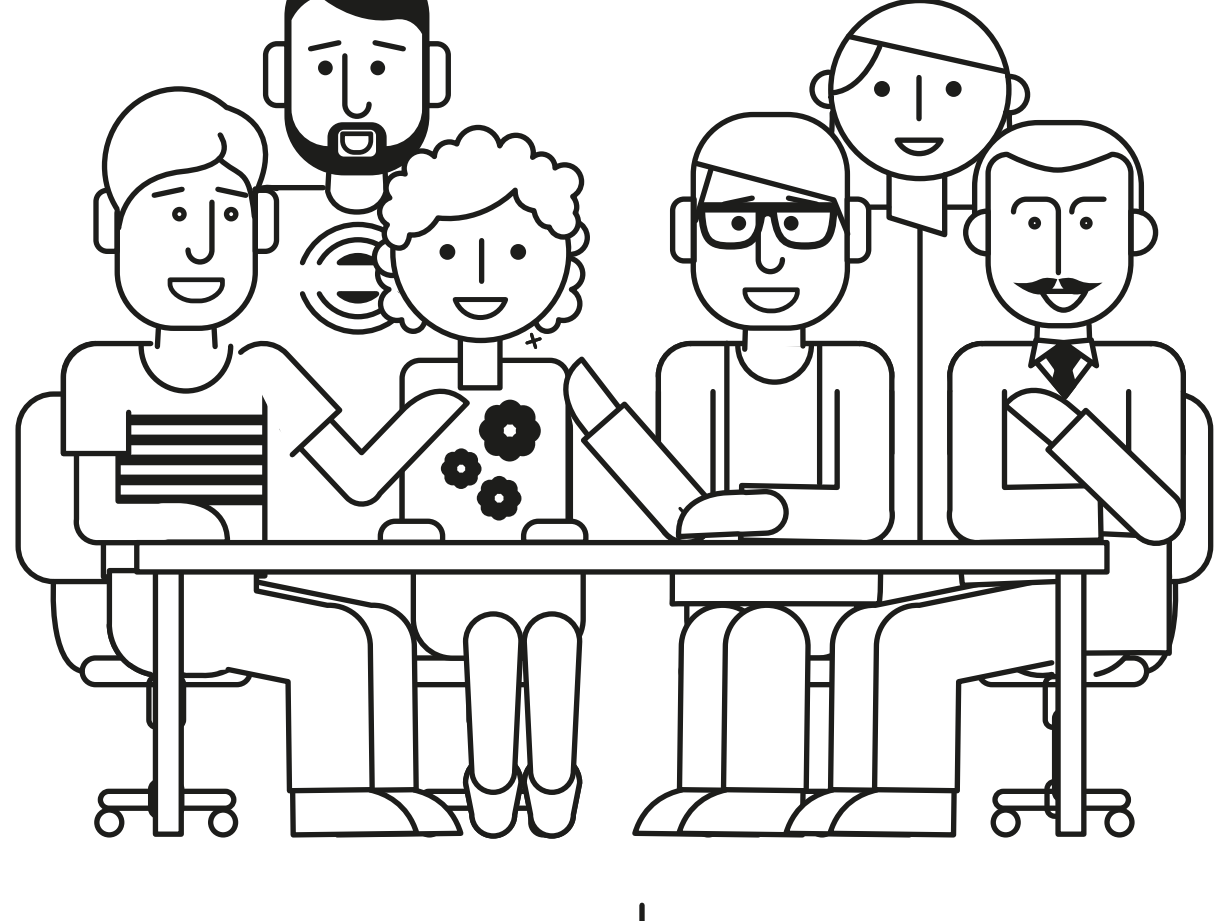
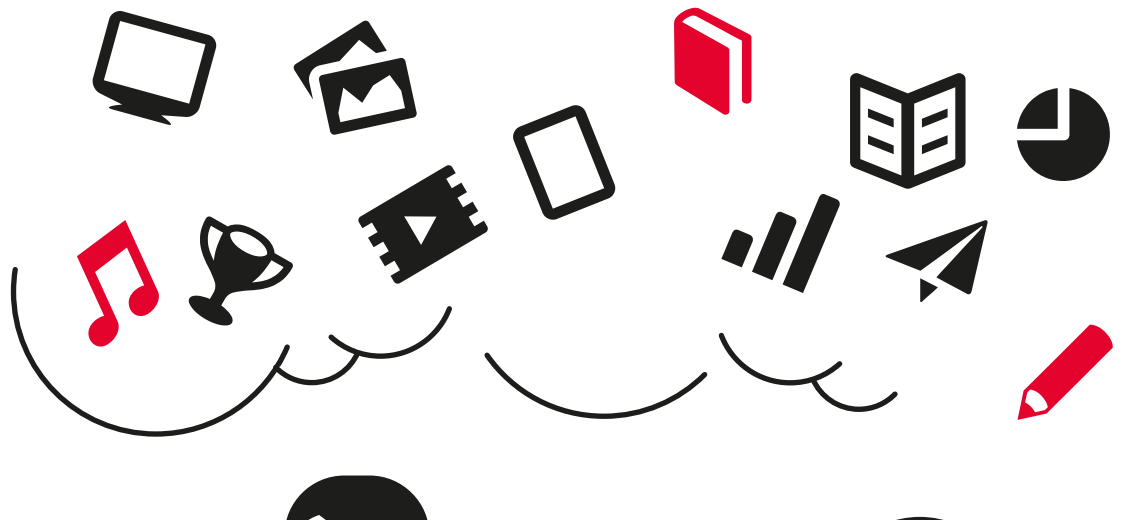
KICK OFF

Lo primero que hacemos es escuchar al cliente hablar de sus necesidades de negocio, en una reunión donde nuestros especialistas de distintos expertise aportan su visión para crear el briefing.



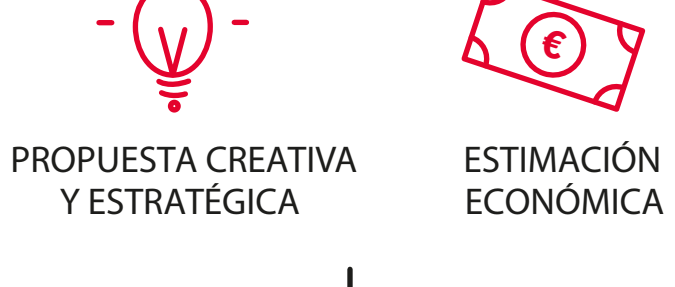
BRIEFING

A partir de las necesidades de negocio y comunicación planteadas por el cliente, generamos un **BRIEF CREATIVO** que tras haber sido validado por el equipo de **ESTRATEGIA** de Hello Media y el propio cliente, se comparte con el equipo creativo en una reunión. En esta y posteriores reuniones se llevan a cabo **BRAINSTORMINGS** que nos permiten llegar a caminos que cumplan con los objetivos definidos.



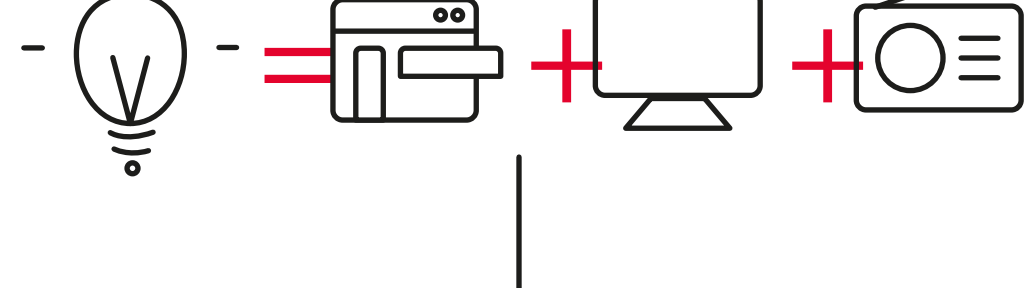
PROPUESTA

La propuesta creativa va habitualmente acompañada de una primera **estimación económica** y de **tiempos de producción**.



EVOLUCIÓN PROPUESTA

Una vez validado el camino estratégico y creativo, **se evoluciona la propuesta** para que el cliente tenga una idea más aproximada y sepa la orientación creativa de la campaña o la acción. Este es un proceso clave ya que define el tono de la campaña.



PREPRODUCCIÓN

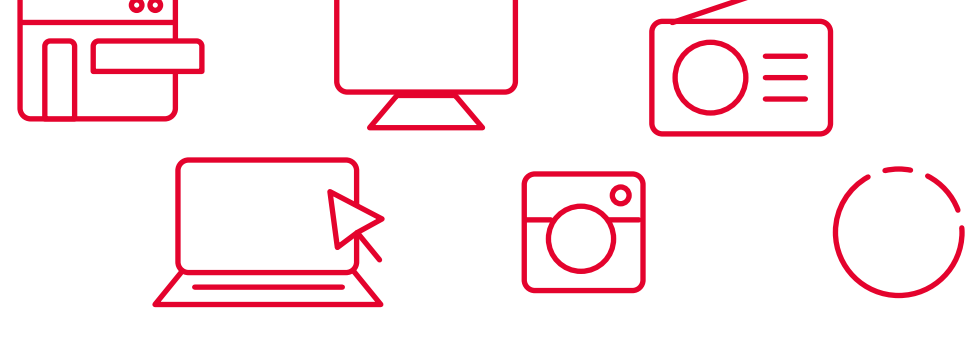
Dependiendo del tipo de producción se presentan al cliente scripts o storyboards de las piezas audiovisuales. Si son desarrollos digitales como webs o apps se presentan wireframes y pantallas diseñadas.

En cualquier caso siempre va acompañado de un **calendario y documentos de producción**, planes de rodaje o shooting boards, dependiendo del tipo de actuación.



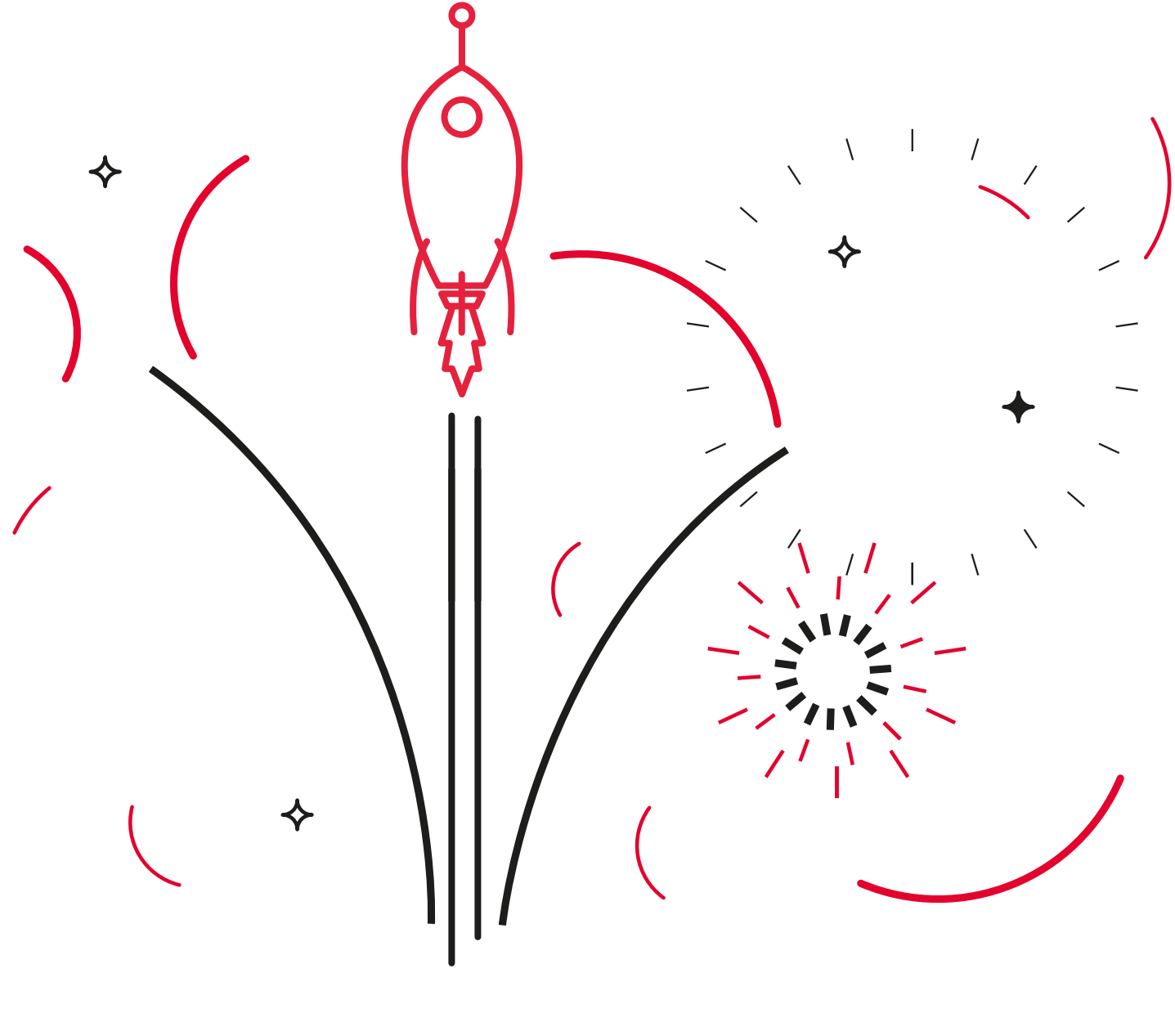
PRODUCCIÓN

La producción de los elementos se realiza bajo una estricto **control de calidad y plazos**. Se organizan PPM iniciales con el cliente y si la producción se prolonga a lo largo de meses, como puede ocurrir con un desarrollo web, se organizan reuniones intermedias para que el cliente pueda ir validando los progresos.

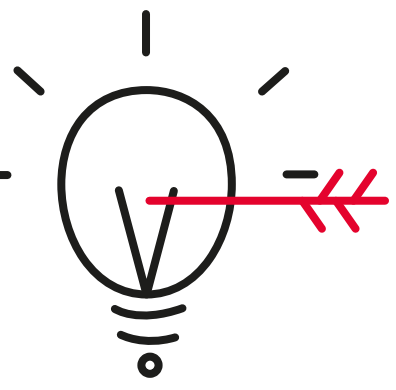


CAMPAÑA

Quando se tienen todos los materiales y el manual de desarrollo, se comienza la campaña. Todo el material creado por la agencia se entrega en formato editable al cliente.



NUESTRO PROCESO CREATIVO



'La jungla' es el espacio donde el equipo creativo de Hello Media nos encerramos para entender, visualizar e idear las mejores propuestas creativas para nuestros clientes.

EMPATÍA **INSPIRACIÓN**
INTERACTIVIDAD **EMOCIONES**
VALORES **EFICACIA**

TIEMPO

Necesitamos tiempo para crear caminos que aún no están inventados, para perder el tiempo pensando en nuevas formas de aproximarse creativamente a una idea, única, que aporte valor al cliente y sea relevante para las personas.

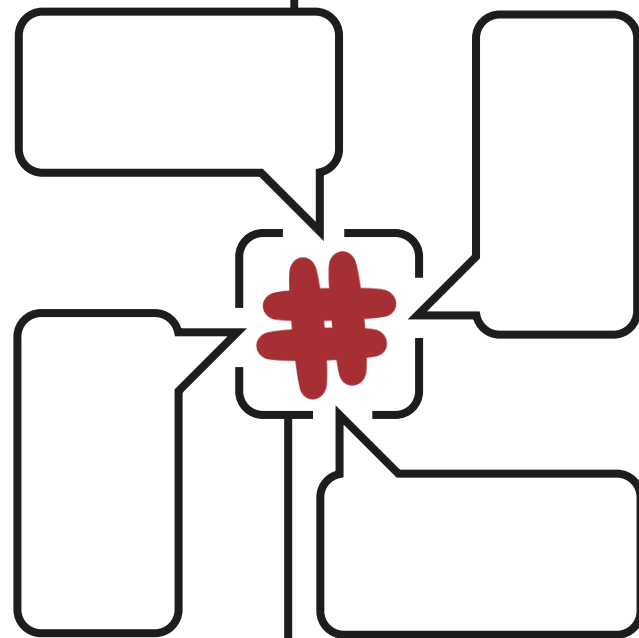


INMERSIÓN

Para comprender las necesidades del cliente necesitamos ponernos en su lugar y contar con toda la información que hace diferente a su negocio, a su producto, a su servicio.

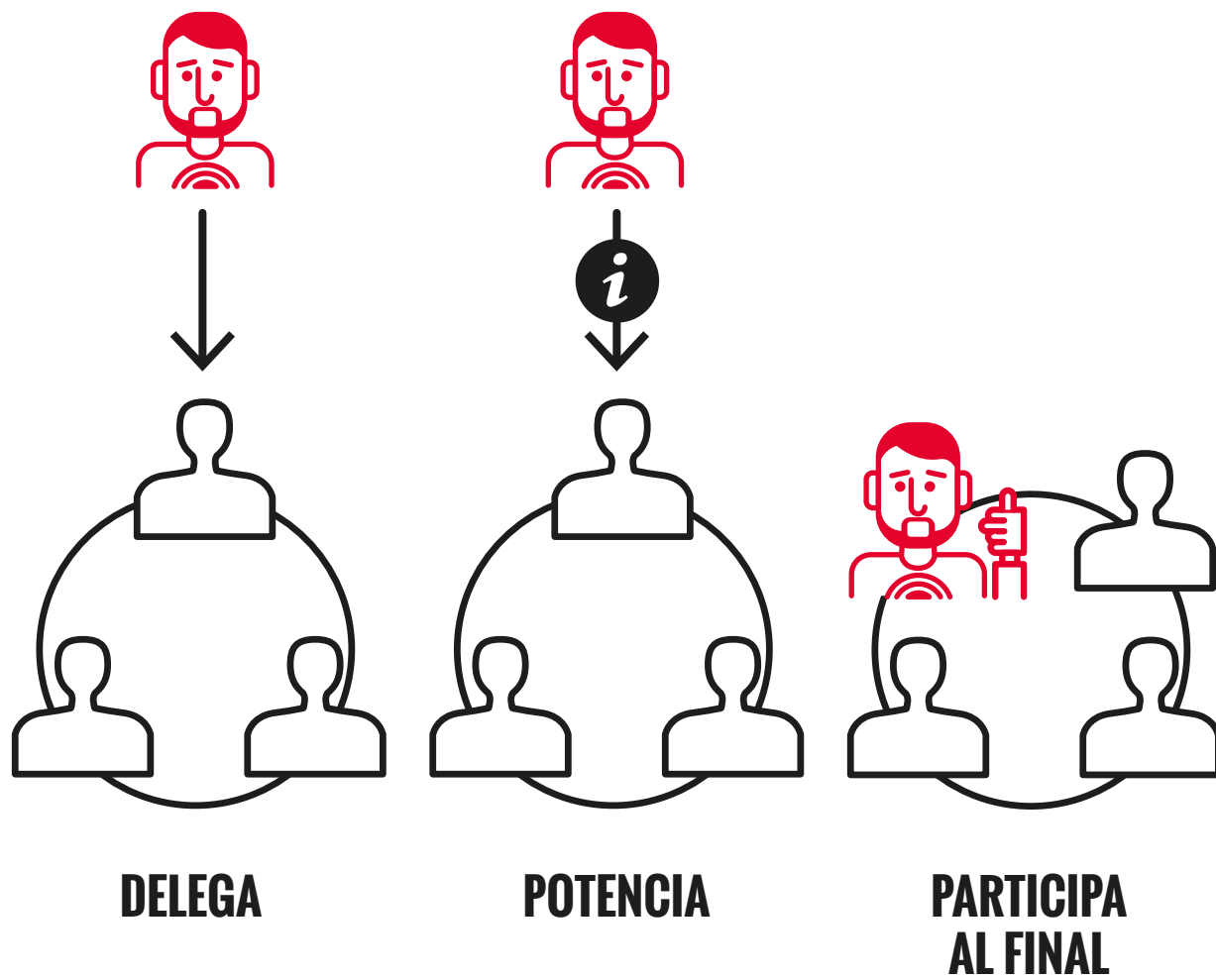
VISUALIZACIÓN

El equipo creativo pone en común sus ideas y sus distintas aproximaciones creativas al briefing de distintas formas, con guiones, con propuestas de acciones, con gráficas, con mood boards. En este punto no importan los soportes, ni los formatos, sólo la potencia de las ideas.



EL ROL DEL DIRECTOR CREATIVO

El director creativo, no participa de los procesos salvo al final y no se opone a una idea que salga salvo que esté fuera totalmente de briefing. Se presenta lo que los equipos deciden.



Todas las ideas deben cumplir el requisito de ser relevantes. Pero además valoramos que sean:

- RELEVANCIA**
- CASOS SÓLIDOS**
- IDEAS ARRIESGADAS**
- INNOVACIÓN**
- IDEAS NOTICIALES**

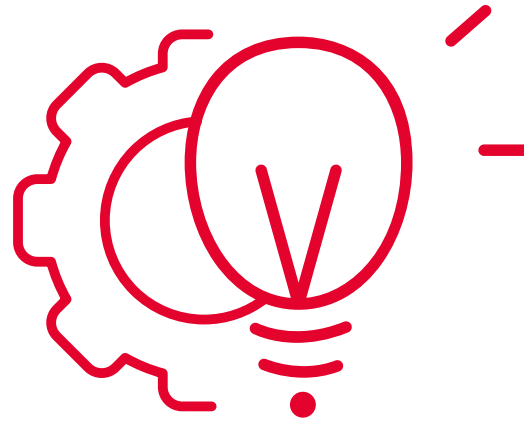
LAS IDEAS SE COMPARTEN Y SE PONEN A PRUEBA

Los equipos involucran a otras personas que no tienen nada que ver con los proyectos para valorar las ideas que tienen y así tener una visión imparcial de sus posibilidades.



IDEA

Una vez decidido por el equipo cual es la **IDEA** que cumple con todos los objetivos marcados en el briefing se comparte con el equipo de Estrategia.



PROPUESTA CREATIVA

Llega la hora de 'bajar la idea al suelo'. Nuestro equipo desarrolla y prueba las diferentes aplicaciones que la estrategia puede tener. Esta es la fase donde la idea se tiene que convertir en una **solución creativa viable**.

