

# CREATIVE INVISIBLES

## Módulo 4

Comercialización de su idea: desarrollo de marca, boca a boca, redes sociales y marketing de reputación



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Objetivo de aprendizaje

El MÓDULO 4 se centra en las diversas formas de comunicar su empresa y en la importancia de desarrollar su marca desde el principio.

Hemos reunido una selección de fuentes que reflexionan sobre el desarrollo de marcas y las herramientas de los medios sociales.

Al completar este módulo...

Comprenderá el poder de una marca y cómo todo lo que hace puede afectar a su marca de forma positiva y no tan positiva.





# Módulo 4

Definición y teoría



## ***Marca***

Una marca es un producto o servicio al que los clientes han dado valor e identidad. Podemos intentar gestionar la marca, a través del diseño, la comunicación y el nombre, pero nunca tenemos el control total de la imagen de marca.

"Tu marca no es lo que tú dices que es. Es lo que ellos dicen que es".

MARTY NEUMEIER





## IDENTIDAD

**Banksy**

Única e intransferible.

No hay dos marcas que tengan la misma identidad. Se puede copiar un producto, pero es imposible copiar la identidad.

Coherente

La identidad debe estar directamente relacionada con el producto y el servicio.

Objetiva y adaptable

La identidad debe ser directa en sus objetivos, la comunicación adaptable según el público y poder evolucionar con el tiempo.

Tiene un estilo único en su arte. Puedes relacionar a Banksy y sus pinturas con sólo verlas. Banksy es su propia identidad. Banksy creó una identidad que es coherente, única y tiene un objetivo.





# Diseño

Los colores y formatos de los logotipos y la comunicación transmiten emociones, sensaciones y pensamientos a su público objetivo.

## What colors should you use in marketing?



Targeting Women:



Targeting Men:



Source: <http://www.fastcompany.com/3009317/why-is-facebook-blue-the-science-behind-colors-in-marketing?partner>

## SOCIAL MEDIA




Los medios sociales son un conjunto de canales de comunicación en línea dedicados a las interacciones, el intercambio de contenidos y las experiencias comunitarias. Le permite tener un alto nivel de autoridad de marca en el mercado y éxito con sus clientes.

## Las métricas: ¿Qué son?

Todo en la web se puede medir y, para lograr una visibilidad de marca impactante, debe adaptar su estrategia en función de los datos que recopile de los diversos canales que utilice su marca.

- Compromiso
- Alcance
- Tasas de rechazo
- Clics

<https://blog.hootsuite.com/social-media-metrics/>



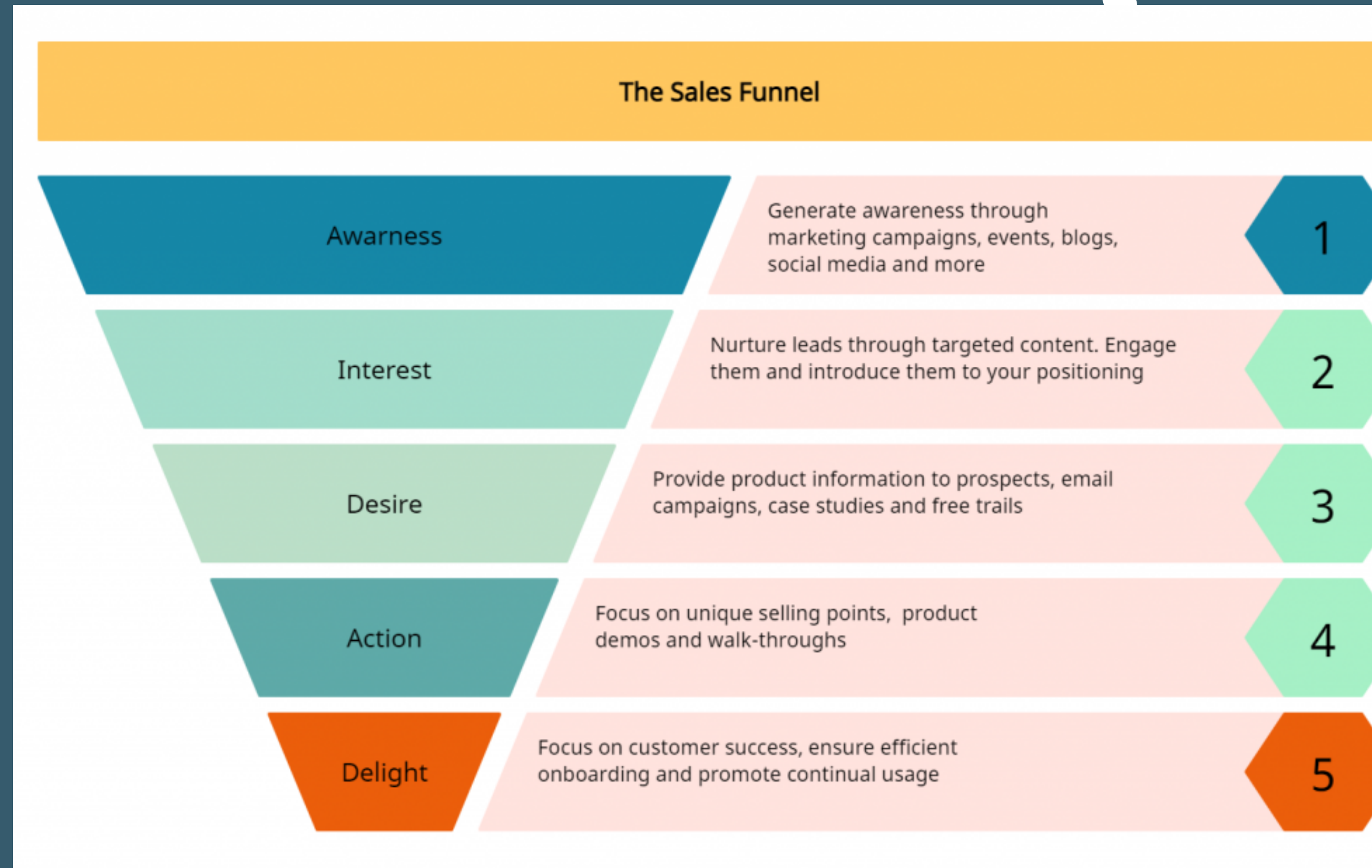
Social media metrics is the data used to assess the impact of social media activity on marketing campaigns and a company's revenue.





# EMBUDO DE VENTAS

- En cada fase hay un porcentaje diferente de clientes disponibles.
- El 40% de la base total de clientes potenciales le conoce.
- El 8% está realizando una compra con usted.
- ¿Dónde puede mejorar la empresa?
- ¿Qué mejoras pueden introducirse?







## De boca en boca

El boca a boca es el marketing más potente al que se puede aspirar... pero cuidado, también puede ser mortal.

El marketing boca a boca se produce cuando los consumidores hablan del producto o servicio de una empresa.



## Según Nielsen

El 92% de las personas de todo el mundo afirma confiar en las recomendaciones de amigos y familiares (medios ganados) por encima de cualquier otra forma de publicidad.

The background is a dark teal color with various abstract shapes and patterns. In the top left, there are several white circles of varying sizes. In the top center, there is a large white organic shape. In the top right, there are two white zigzag lines. In the bottom left, there are two overlapping teal circles. In the bottom center, there is a white organic shape with a teal outline. In the bottom right, there is a teal organic shape with a white dotted pattern.

# Módulo 4

Recursos






## HERRAMIENTAS DE REDES SOCIALES Y CANALES

- Marketing por correo electrónico
- Marketing en redes sociales
- Optimización para motores de búsqueda y App Store (SEO / ASO)
- Publicidad gráfica
- Publicidad nativa
- Eventos y Webinars
- Pruebas A/B y optimización de sitios web
- Marketing de contenidos
- Automatización
- Gestión de la relación con el cliente (CRM)
- Publicidad de pago por clic (PPC)
- Marketing de afiliación

<https://www.epicopportunities.eu/curriculum-and-open-educational-resources/>







Marketing creativo con poco presupuesto presentado por Spectrum Business y SCORE

Este seminario web en profundidad ofrece nuevas ideas y perspectivas que le ayudarán a sacar el máximo partido a su presupuesto de marketing.

[https://youtu.be/d\\_M5uRR3h88](https://youtu.be/d_M5uRR3h88)







**ENTERPRISE OPPORTUNITIES  
IN POP CULTURE\* (EPIC)**

**FREE ONLINE COURSE**  
UPSKILL AND INFORM  
YOUNG PEOPLE ABOUT  
ENTREPRENEURSHIP  
OPPORTUNITIES IN  
POP CULTURE

[www.epicopportunities.eu](http://www.epicopportunities.eu)

Follow us on **Facebook @EPICopportunities**  
#enterpriseopportunities #youtheducators



<b>MODULE 1</b>	<b>MODULE 2 (PART 1)</b>	<b>MODULE 2 (PART 2)</b>	<b>MODULE 2 (PART 3)</b>
<b>WHAT IS POP CULTURE: THE OPPORTUNITIES FOR YOUTH ENTREPRENEURS</b>	<b>TAKING THE INITIATIVE: IDENTIFYING AND RESEARCHING A POP CULTURE BUSINESS IDEA</b>	<b>TAKING THE INITIATIVE: IDENTIFYING AND RESEARCHING A POP CULTURE BUSINESS IDEA</b>	<b>TAKING THE INITIATIVE: IDENTIFYING AND RESEARCHING A POP CULTURE BUSINESS IDEA</b>
<p><b>1.1 Introduction to Pop Culture:</b> Globalisation, Technology and Opportunities,</p> <p><b>1.2 Key Trends in Pop Culture Entrepreneurship:</b> Blogging, Cultural Platforms, Storytelling, Gaming, Esports, Music, Dance, Arts and Merchandising....</p> <p><b>1.3 Characteristics and Key Traits of Entrepreneurs:</b> Also What is Your Passion? How to Get Inspired?</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>2.1 Introduction to Idea Generation:</b> Top Tips in Idea Generation, 7 Pop Culture Business Ideas with Case Studies</p> <p><b>2.2 Idea Generation Techniques to Come Up with New Pop Culture Business Ideas</b></p> <p><b>2.3 Spotlight on Pop Culture Entrepreneurship Opportunities in Regions</b></p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>3.1 Designing a Pop Culture Business for a Specific Target Market:</b> Define and Analyse Your Target Market</p> <p><b>3.2 Starting Your Pop Culture Business on a Shoe-String:</b> 16 Pop Up Shop Ideas, Getting an Office Space, Bookkeeping, PR, Conducting Webinars...</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>4.1 Testing Your Pop Culture Business Idea on a Small Scale:</b> Test Marketing, Surveys, Prototypes, Creating an Online Stall...</p> <p><b>4.2 Evaluating Your Pop Culture Business Idea:</b> Time to Reassess by Responding to 11 Key Considerations</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>
<b>MODULE 4</b>	<b>MODULE 5 (PART 1)</b>	<b>MODULE 5 (PART 2)</b>	<b>EDUCATORS TRAINING MANUAL</b>
<b>RESOURCING YOUR IDEA: HOW TO GET THE SUPPORT YOU NEED</b>	<b>MARKETING YOUR IDEA: ONLINE AND SOCIAL MEDIA MARKETING FOR POP CULTURE BUSINESSES</b>	<b>MARKETING YOUR IDEA: ONLINE AND SOCIAL MEDIA MARKETING FOR POP CULTURE BUSINESSES</b>	<b>SUITABLE FOR ALL EDUCATORS</b>
<p><b>6.1 Resourcing Your Business Idea:</b> What You Need to Get Started!</p> <p><b>6.2 Financing Your Business Idea:</b> Spotlight on Crowdfunding and Why it Works for Pop Culture Inspired Business</p> <p><b>6.3 Other Funding Sources For Your Business and Pitching Your Business Idea:</b> Investors, Bootstrapping, Seed Funding...</p> <p><b>6.4 Introduction to Intellectual Property (IP):</b> Why its Important for Pop Culture Inspired Businesses</p> <p><b>6.5 Individual Business or Working with Others</b></p> <p><b>6.6 Signposting:</b> Linking in with Business Support Organisations and Experts in Your Region</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>7.1 Relationship Between Sales and Marketing</b></p> <p><b>7.2 Building a Brand that is Inspired by Pop Culture</b></p> <p><b>7.3 Developing Your Brand</b></p> <p><b>7.4 Know your Customers:</b> What Motivates Them?</p> <p><b>7.5 Online Marketing:</b> How You Can Use it to Reach Your Target Audience</p> <p><b>7.6 Guerilla Marketing</b></p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>8.1 Viral Marketing Campaigns</b></p> <p><b>8.2 Spotlight on Facebook, Instagram, Twitter, Email Marketing</b></p> <p><b>8.3 Got a Product to Sell? 5 Things You Should Know About Online Sales</b></p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>9.1 About the Enterprise Opportunities in Pop Culture (EPIC) Curriculum</b></p> <p><b>9.2 General Instructions</b></p> <p><b>9.3 Course Delivery Options</b></p> <p><b>9.4 Useful Links</b></p> <p><b>9.5 Sample 7 Day EPIC Delivery Training Timetable</b></p>

# Recursos educativos sobre cultura pop

Los REA de EPIC sitúan la cultura pop en el centro de un planteamiento innovador y atractivo para dotar a los jóvenes NEETS (que no cursan estudios, ni reciben formación, ni trabajan) de la apasionante educación empresarial, las habilidades, las herramientas y el apoyo que necesitan para desarrollar un negocio de cultura pop.  
<https://www.epicopportunities.eu/curriculum-and-open-educational-resources/>



# ¡INSPIRESE!

Bordalo II utiliza la "basura" en la construcción de piezas de pequeño y gran formato que ha difundido por todo el mundo y que, sobre todo, pretenden ser el vehículo de un manifiesto universal.

El uso de una técnica con un fuerte impacto social se convirtió en la característica clave para promover su trabajo entre el público.

<https://www.bordaloi.com>





# Módulo 4

Actividades de aprendizaje





# EL JUEGO DE LA CONQUISTA DEL MUNDO

Si pudieras crear una estrategia de contenidos y ponerla en práctica, sin pensar en barreras como el tiempo y el dinero, que ayudara a tu negocio a toda una industria, ¿cómo sería?

Juegos como éste le abrirán la mente para explorar vías de pensamiento que de otro modo no considerarías en circunstancias normales. Estas nuevas vías de pensamiento pueden ideas de contenido increíblemente e innovadoras.





## Defina su Persona

Escriba información sobre un tipo de cliente que tenga su empresa. Puede hacerlo respondiendo a preguntas como las que ves aquí.

Una empresa puede tener múltiples objetivos/personas, en los que la estrategia de marketing será diferente.

- ¿Qué edad tiene su cliente objetivo?
- ¿Cuál es la edad típica de su mercado objetivo?
- ¿Son mayoritariamente mujeres, mayoritariamente hombres o una mezcla equilibrada?
- ¿Están casados o solteros? ¿Tienen hijos?
- ¿Dónde viven? ¿Dónde trabajan?
- ¿Qué grupos étnicos predominan?
- ¿Cuál es la ocupación típica y el nivel de ingresos?





# Módulo 4

Autofinanciación



## HERRAMIENTA DE AUTOEVALUACIÓN PARA EMPRESARIOS


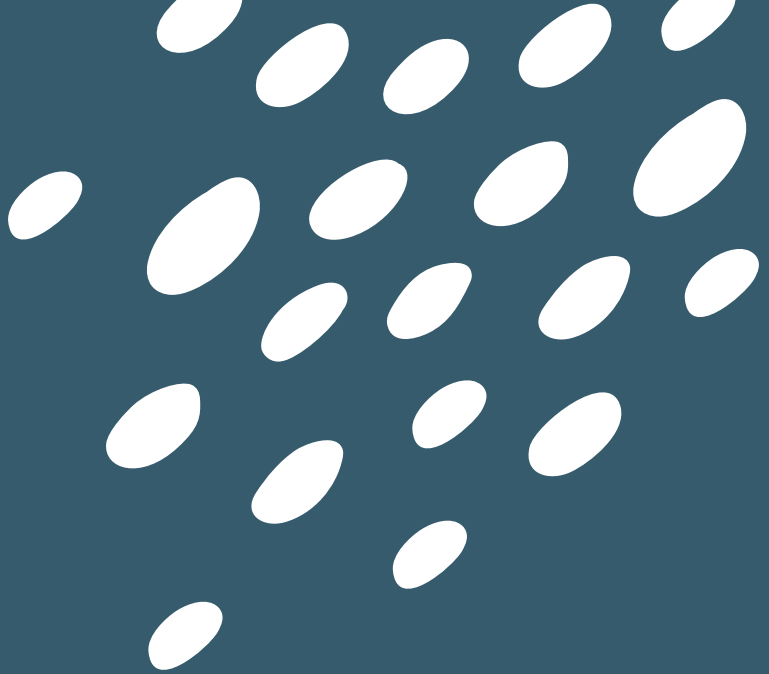


Encontrará una Evaluación del espíritu empresarial utilizada en otro proyecto Erasmus+ que tuvo muy buena acogida entre los que decidieron explorar el autoempleo.

Puedes intentar rellenarlo y compartir los resultados en clase.

<https://kuskusproject.eu/en/3d-flip-book/kus-pro-introduction-entrepreneurial-competences/>





"No dejes que la visión del éxito de otra persona te obligue a desviarte del camino por el que has trabajado. Traza tu propio camino y siempre irás en la dirección correcta"



Michelle Phan, Co-founder of Ipsy





# CREATIVE INVISIBLES



SUPPORTING YOUTH IN URBAN CULTURE

Home - Creative Invisibles

*Muchas  
gracias!*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein. In compliance of the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights.