



[Descargar en PDF](#)

Nombre del proyecto:

Identidad de marca

La Naanería

Asignatura: Espacio Comercial

Diseño: Sebastian Madrid

Asesoría: Ana Maria Palacio Molina

Año: 2021.1



Descripción del proyecto:

Diseñar y construir identidad de marca y una estrategia de marketing digital para La Naanería, proyecto de pan plano naan de la docente Paula Arango.

Palabras clave:

Orgánico / Producto / Sociocultural / Emocional

Referentes:

Vilma Nuñez. *El tono de comunicación de las marcas en Internet* (2012)

Solène Hermann. *Nòya - branding* (2021)

Restaurante Elemental. *@restauranteelemental* (2021)

Objetivación

Observación / Discusión / Pertinencia / Elección de un tema / Factibilidad / Pregunta / Necesidad / Oportunidad



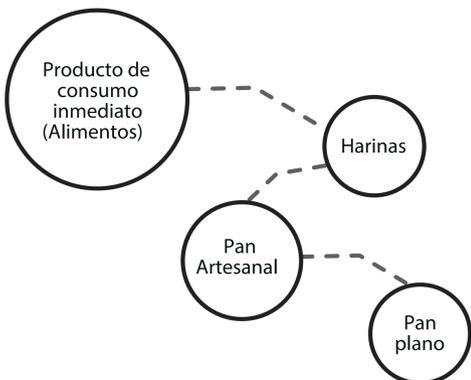
Información sobre el cliente

La Naanería nace de una profesional gastronómica paisa que fue desarrollando una formula única de hacer pan plano, en un viaje a la india reunida con sus amigos, entre una conversación y la otra, sus amigos reconocen que el sabor de su formula es muy particular y la motivan a emprender, es acá donde nace el sueño.

Comenzó produciendo para un restaurante local pero con el tiempo estos comenzaron a desarrollar su propia receta, muchos de los clientes de este restaurante extrañaban su pan, fue acá donde decidió concretar la construcción de su marca propia.

Sector

Categoría del mercado



Producto

Pan Artesanal NAAN (Pan Plano)

- Pan Natural
- Pan de Ajó
- Pan Queso

Valores de marca

- Protección
- Familia
- Afecto
- Armonía
- Amor
- Encanto

Objetivo del proyecto

- S: crear marca para la Naanería.
- M: construcción de marca al 100%.
- A: a través de una investigación de diseño.
- R: para entrar al mercado y competir.
- T: para finales de mayo.

Público objetivo

Hombres y mujeres adultos entre los 25 y 60 años de edad, que viven en el Valle de Aburrá, con un estudio superior, que están dentro de los estratos 4 al 6, que son aficionados por viajar y conocer diferentes gastronomías y que se quieren atrever a explorar la cocina.

Para que medio esta pensado



Esta pensado en usar inicialmente Instagram como canal directo de contacto con el cliente y canal de venta.

Contexto del mercado

Competidores	Principal fortaleza	Principal debilidad	Lineamiento estratégico	Precio
	<ul style="list-style-type: none">Calidad de sus productosÚnicos en el mercado local10 años en el mercadoProducto artesanal	<ul style="list-style-type: none">PrecioPoca cobertura	<ul style="list-style-type: none">Posicionamiento	\$ 15.000 X5 unds
	<ul style="list-style-type: none">Reconocimiento internacionalPrecioBuena coberturaVariedad de productos	<ul style="list-style-type: none">Calidad de productos (cero artesanal)	<ul style="list-style-type: none">PosicionamientoDiferenciación de productoPrecio	\$ 4.290 X5 unds
	<ul style="list-style-type: none">DistribuidorProductos naturales	<ul style="list-style-type: none">Poco reconocimiento de la marcaPoca coberturaPrecio	<ul style="list-style-type: none">Diferenciación de producto	\$ 12.900 X5 unds

Situación

No existe marca, ni identidad y se debe crear una para entrar a competir.

Promesa



Armonía artesanal

RW (Reason Why)

- “El pan naan de la Naanería es mejor para la digestión”.
- ¿Por qué? Porque esta hecho de masa madre.
- “Si no es arepa, es pan”.
- ¿Por qué? Porque este pan es perfecto para acompañar cualquiera de las tres comidas del día.

Acción

- La compra
- Utilizando el servicio de domicilio
- Utilizando el #lanaaneria

Mandatarios

- Utilizar el isotipo de la marca
- Utilizar el #lanaaneria en todas las publicaciones
- Mantener la esencia artesanal

Carácter de la marca



Propósito

Engagement

Tono

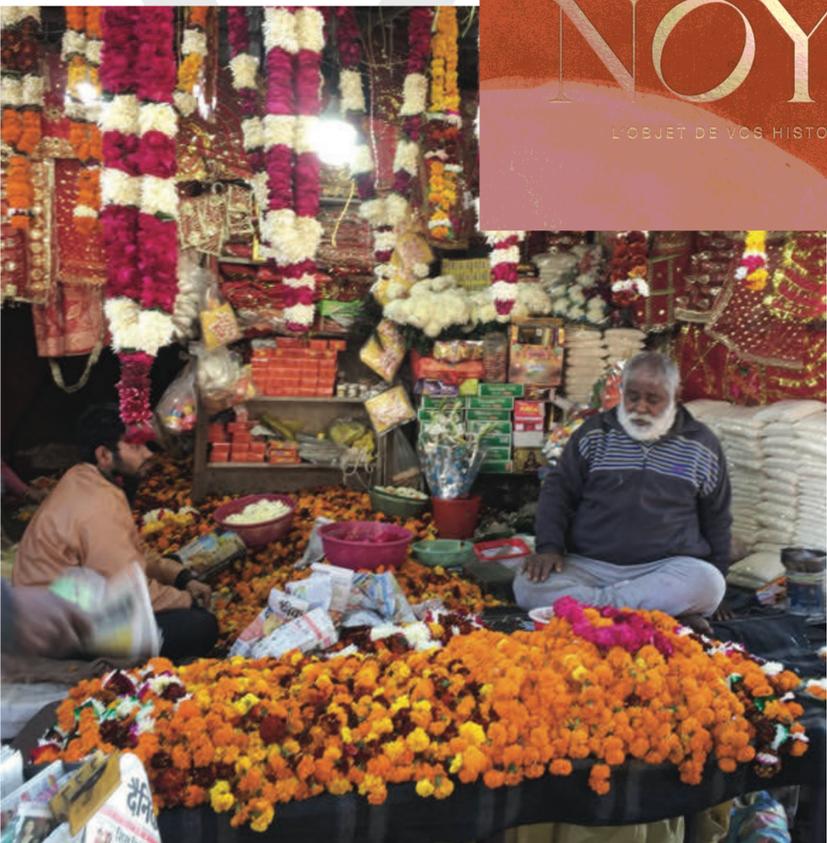
Cercano

Carácter

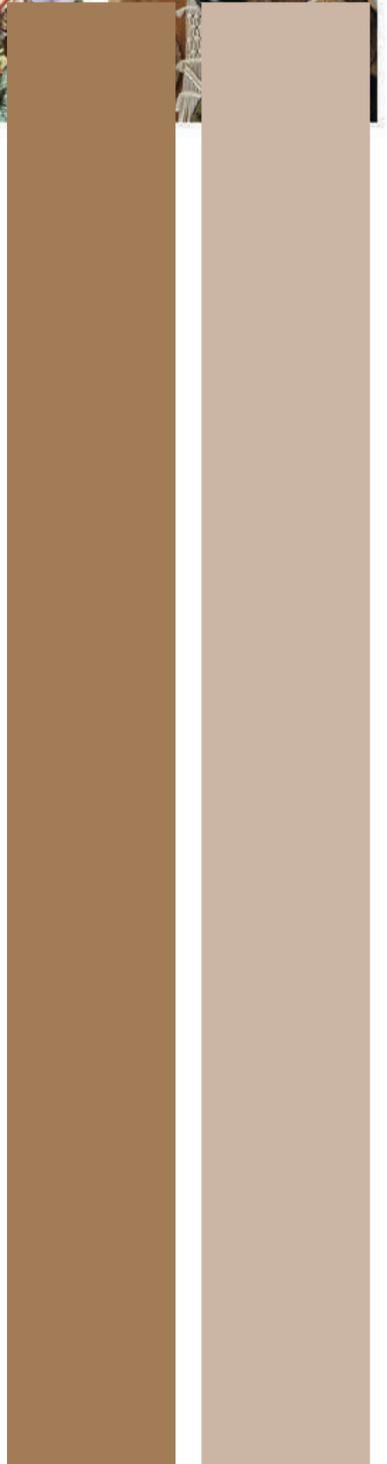
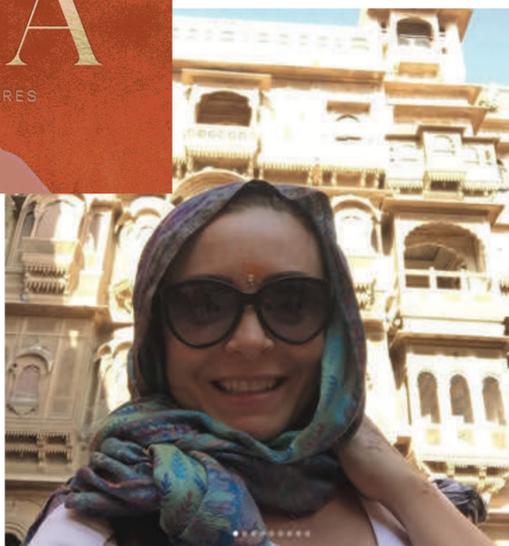
Emocional

Indagación

Observación / Referenciación / Exploración / Experimentación



NŌYA
L'OBJET DE VOS HISTOIRES



Asimilación

Análisis / Interpretación / Reflexión / Discusión /
Negociación / Replanteamientos / Apropiación



Solución
accesibilidad

Información
cercana de
caracter emocional

Valor
sabor/calidad

Acceso
experiencia/
cercanía

S

I

V

A

D

PERSONA(S)/CONEXIÓN(ES)

D

P

P

P

P

Producto
Naan queso
Naan ajo
Naan natural

Promoción
Instagram

Precio
Naan queso \$2.700
Naan ajo \$1.500
Naan natural \$1.200

Plaza
Valle de
aburra



Potenciación

Alternativas / Expansión / Derivas / Búsqueda de soluciones /
Funcionalidad / Pertinencia / Factibilidad / Depuración



Público

Juan es un soltero que vive solo y no sabe cocinar, esta cansado de comer arepa y quiere probar nuevos sabores, descubre el pan naan pero no lo sabe combinar.

El debe aprender a combinarlo con productos del mercado colombiano.



Insights

Generación de encuentros a través de una gastronomía cultural que permite la combinación de múltiples sabores.



Concepto

Te sabe con todo



Estrategia creativa

Ensenaza de las multiples combinaciones para que La Naaneria te acompañe.



Orgánico

(contenido de valor)



Estrategia

Triada matriarcal (instagram)
*contenidos se replican

R/P

Receta/producto

+

SC

Sociocultural

+

E

Emocional



Medios

Instagram
Tik Tok
Facebook
Youtube

Contenido (emocional)

- Encuestas
- Datos historicos
- Historia de la marca
- Recetas para combinar

Acciones

Story
Post
Reel
Videos
Tik tok



Oferta pauta (producto)



Medios

Instagram
Facebook
Youtube

Performance

- Estrategias a valor
Naan natural
Naan de queso
Naan de ajo

Acciones

Story ad
Post
Display
Videos

- 20% de dcto por la compra de los 3 tipos de naan



La ñañañería

te sabe con todo

La ñañañería

te sabe con todo



Manifiesto

La naañería viene al mundo a:

ofrecer diferentes tipos de pan naan, de calidad artesanal, a las familias colombianas como propuesta alternativa para acompañar cualquier comida.

Propuesta de valor



Necesidad
accesibilidad



Beneficio
sabor/calidad



Diferencial
experiencia/cernacía



	Pantone: 4645C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #AC8154
	Pantone: 481C C:20% M:27% Y:32% K:0% R:211 G:189 B:172 #D6B9A7
	Pantone: 457C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #F19F53
	Pantone: 492C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #933235
	Pantone: 4645C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #AC8154
	Pantone: 4645C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #AC8154
	Pantone: 4645C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #AC8154
	Pantone: 4645C C:27% M:45% Y:67% K:18% R:172 G:129 B:84 #AC8154



La gama principal es un equilibrio de colores neutros que permiten contener la personalidad de la marca.

El cafe como color tradicional de la marca debe estar presente de manera sutil.

Version > postiva y negativa



Fondo plano > color principal



Icono principal principal



Castle Rocks >Familia completa

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789

Adam >Ligth,medium, bold

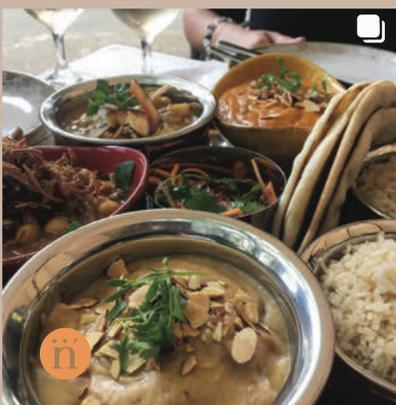
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789

South Amsterdam DEMO >Regular

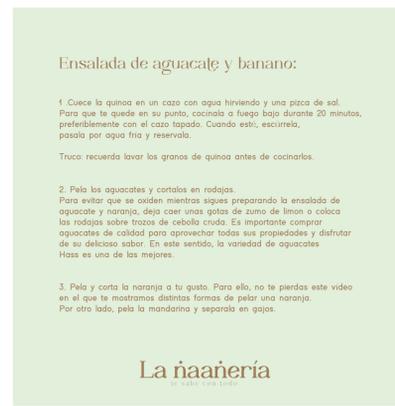
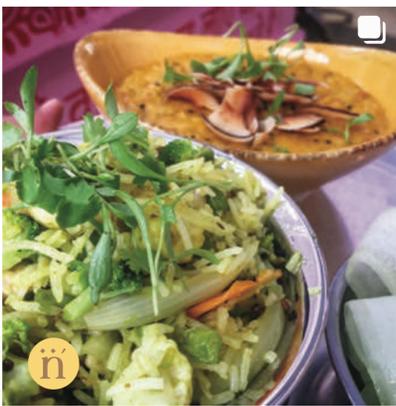
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789



Feed Instagram



Cárrusel



Ensalada de aguacate y banana:

1 Cuece la quinoa en un cazo con agua hirviendo y una pizca de sal. Para que le quede en su punto, cocínala a fuego bajo durante 20 minutos, preferiblemente con el cazo tapado. Cuando esté, escúrrela, pásala por agua fría y reservalo.

Truco: recuerda lavar los granos de quinoa antes de cocinarlos.

2 Pela los aguacates y córtalos en rodajas. Para evitar que se oxiden mientras sigues preparando la ensalada de aguacate y naranja, deja caer unas gotas de zumo de limón o calca las rodajas sobre trozos de cebollo crudo. Es importante comprar aguacates de calidad para aprovechar todas sus propiedades y disfrutar de su delicioso sabor. En este sentido, la variedad de aguacates Hass es una de las mejores.

3 Pela y corta la naranja a tu gusto. Para ello, no te pierdas este video en el que te mostramos distintas formas de pelar una naranja. Por otro lado, pela la mandarina y separala en gajos.

La ñañaería