

ANEXO III

“DE L’HORTA A LA PLAÇA”

BRIEFING

María del Pilar Bueno Guerrero e Irene Martí Bordes

Facultat de Belles Arts de Sant Carles
Grado en Disseny y Tecnologies Creatives
Curso 2021-2022



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

DE L'HORTA A LA PLAÇA

1. Perfilar de forma sucinta los objetivos del proyecto

¿Qué queremos lograr?

Queremos conseguir crear una nueva imagen para el mercadillo De l'horta a la plaça, y su aplicación en diferentes soportes yendo desde aplicaciones físicas hasta otras más digitales como en redes sociales. Además se diseñará una página web con el fin de que toda la información esté disponible para el público estructurada de una manera clara y práctica con el fin de que el usuario tenga una experiencia completa y satisfactoria

2. Centrarse en los destinatarios

¿A quién nos dirigimos?

Este proyecto va dirigido tanto al público con el que ya contaba el evento, como para el público más joven, que se caracteriza por la actual tendencia por llevar un estilo de vida saludable y relacionado con todo lo respetuoso con el medioambiente

¿Quién utilizará el diseño que se entreguen?

El diseño podrá ser utilizado por el Ayuntamiento de Valencia en caso de que lo quieran aplicar en alguna edición del mercadillo.

3. Definir el mensaje

¿Qué necesita decir?

Mediante un tono informativo y cercano, y con llamadas al usuario a participar, queremos transmitir un mensaje en el que se comunican las actividades realizadas durante este evento en el que se prioriza la venta directa de productos agrícolas de kilómetro 0, además de los posibles beneficios que esto puede conllevar. Este mensaje se transmitirá a través de soportes físicos y digitales, centrándonos en una campaña comunicativa de cartelería.

4. Elaborar una llamada a la acción

¿Qué queremos que haga el público destinatario?

Queremos que haga uso de las plataformas para obtener información relacionada con el evento, además de que se sienta cómodo y satisfecho con sus servicios.

Por otro lado, queremos que se asombre y sea atraído por la campaña para participar en el evento

¿En qué le vamos a compensar a los destinatarios?

Facilitándole al público la obtención de toda la información necesaria para la participación en el evento.

5. Perfilar los elementos de la entrega

¿Qué es, literalmente, lo que vamos a hacer?

- Seleccionar la edición y temporada dónde se desarrollará el evento
- Un manual de marca
- Campaña gráfica vinculada al cambio de estación de verano
- Aplicaciones físicas (pegatina, tote bags, cartelería) y digitales (página web y redes sociales Instagram, Facebook y Twitter)
- Diseño de una página web y su testeo para un correcto funcionamiento basado en la experiencia de usuario
- Adaptación de la página web a dispositivos móviles.
- Creación de recursos adicionales como son iconos, animaciones e ilustraciones necesarias para la correcta realización de la campaña comunicativa y del diseño de la página web.