

Brand copywriter

Scroll-stopping content

Industrias

Lifestyle

Automoción

Desarrollo empresarial

Lifestyle

Muestras de servicio

Naming

Contenido web

RRSS

Anuncios

Resumen ejecutivo

Liderar no solo el ocio nocturno sino también el diurno. Abrir nuevas líneas de negocio y desvincular las bebidas alcohólicas del exclusivo consumo post-8 pm.

Esta fue la petición de nuestro cliente y Maidai fue nuestra solución. A través de un combinado de bebida energética con bebida alcohólica, Maidai nace para posicionarse como el nuevo cóctel de la ciudad. La alternativa al “ponme otra caña” o “que sean dos vermouths” en el momento afterwork.

Creamos una nueva marca, con nombre y discurso diferenciado de la marca madre, y diseñamos una campaña teaser para introducir la bebida en los bares de Madrid.

Maidai

Maidai nace como sub-marca de una de las principales compañías de bebidas energéticas del mercado español. Con la intención de posicionarse como una bebida disruptiva en el ocio diurno, Maidai llega a las calles de Madrid como alternativa a otras populares bebidas y cócteles vinculados al afterwork.

El naming nace para llamar la atención, para desvincularse de la asociación nocturna de la marca madre y generar expectativa a través de una campaña teaser.

A nivel fonético, Maidai se relaciona con la señal de auxilio internacional “Mayday”. ¿El motivo? Maidai quiere convertirse en el grito de liberación tras una jornada intensa, en la combinación perfecta entre trabajo y ocio, y en el brindis con amigos que te recarga de energía.

MAIDAI MAIDAI MAIDAI



ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA

Algo nuevo ha llegado a Madrid, y sus calles te lo anuncian. El cóctel Maidaí llega al popular barrio de Malasaña para dar la bienvenida a tu tarde.

Y es que Maidaí llega para quedarse en las barras de los bares de la ciudad, convirtiéndose en el cóctel perfecto para tu aperitivo, tardeo o afterwork.

[DESCUBRE LA RECETA](#)

BARES MAIDAI EN MALASAÑA



EL NARANJA CAFÉ

Rincón secreto para muchos, espacio cultural para otros. El Naranja Café es uno de los bares más activos del barrio madrileño. Exposiciones, eventos, aperitivos, buenas intenciones y dhama, el lanzamiento del cóctel más susurrado en la ciudad. Maidaí. Siéntate y descubre a qué sabe una tarde con amigos.

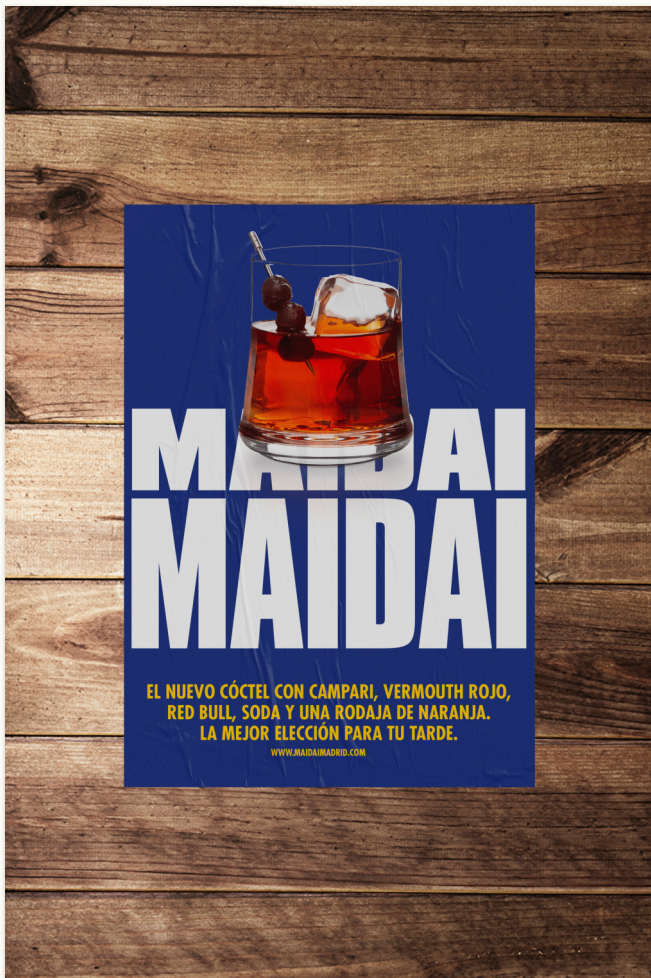
[DESCUBRE MÁS BARES](#)

LA VUELTA MAIDAI MALASAÑA

CON 17 BARRIOS PARTICIPANDO
ESTOS PARA SERVIRTE EL NUEVO CÓCTEL.





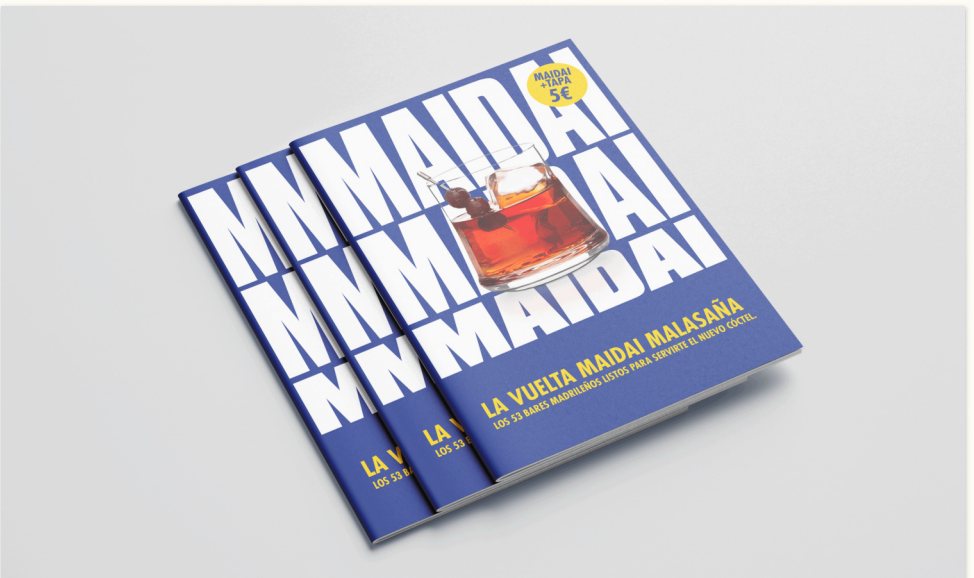


**MAIDAI
MAIDAI**

**EL NUEVO CÓCTEL CON CAMPARI, VERMOUTH ROJO,
RED BULL, SODA Y UNA RODAJA DE NARANJA.
LA MEJOR ELECCIÓN PARA TU TARDE.**

WWW.MAIDAIMADRID.COM

Anuncios



<p>ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA</p> <p>MAIDAI MAIDAI MAIDAI</p> <p>¿YA SABES LO QUE ES? WWW.MAIDAIMADRID.COM</p>	<p>ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA</p> <p>MAIDAI MAIDAI MAIDAI</p> <p>¿TODAVÍA NO LO HAS PROBADO? WWW.MAIDAIMADRID.COM</p>	<p>ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA</p> <p>MAIDAI MAIDAI MAIDAI</p> <p>¿NADIE TE LO HA CONTADO? WWW.MAIDAIMADRID.COM</p>
<p>ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA</p> <p>MAIDAI MAIDAI MAIDAI MAIDAI</p> <p>¿A QUÉ ESPERAS? WWW.MAIDAIMADRID.COM</p>	<p>ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA</p> <p>MAIDAI MAIDAI MAIDAI MAIDAI</p> <p>SI NO TE DAS PRISA, HABRÁ COLA WWW.MAIDAIMADRID.COM</p>	<p>ALGO NUEVO HA LLEGADO A MALASAÑA</p> <p>MAIDAI MAIDAI MAIDAI MAIDAI</p> <p>¿TE ATREVES A DESCUBRIRLO? WWW.MAIDAIMADRID.COM</p>

Automoción

Muestras de servicio

Email marketing

Resumen ejecutivo

Honda quería mantener activa la comunicación con su comunidad de motoristas. Mantenerles al día de cada novedad, evento y lanzamiento de la marca. Para ello, les redactamos de forma periódica, y ajustándonos a la necesidad de cada momento, su newsletter corporativa.

Una newsletter que seguía su manual de tono de voz de marca y que tenía como objetivo principal informar, atraer y generar ventas.

Una newsletter para que todo motorista subido a su Honda sintiera el significado de pertenecer a una comunidad que le escucha y le responde.



VIVE LA EMOCIÓN DE LA NUEVA CB650R

Si has oído hablar de ella, la has visto y la has admirado, ¿a qué esperas para probarla? Te traemos la nueva CB650R totalmente equipada y lista para erizarte la piel.

Nuestra última creación, líder en ventas, que te llevará tan lejos como quieras. Una motocicleta aerodinámica de estilo minimalista que te hará sentir más libre que nunca y con la que descubrirás nuevos mundos a tu alrededor.

Adrenalina y curvas encima de una Neo Sports Café. Acércate a tu Concesionario Oficial Honda más cercano y vive la nueva CB650R.

[+ INFO](#)



VIVE LA CB650R A TU MANERA

Traemos de vuelta la aventura urbana con la nueva CB650R que llega más equipada que nunca. Una moto lista para los que anhelan la máxima deportividad con un toque minimalista y un diseño aerodinámico.

¿Eres tú un amante de los detalles? Elige cómo quieres que sea tu CB650R y equipala con los nuevos Packs Neo Sport Café, Sport y Confort.

Descubre la singularidad y vive la carretera a tu manera.

[+ INFO](#)



CONSTRUIMOS SUEÑOS CON PERSONALIDAD

En Honda sabemos que para que los sueños se cumplan hay que apostar por ellos. Por eso, el pasado 1 de enero anunciamos el inicio de nuestro primer concurso de personalización de motocicletas: Honda Garage Dreams Contest. Un concurso que da rienda suelta a la imaginación e invita a todos nuestros Concesionarios a participar con sus creaciones más atrevidas para ganar una CB1000R nueva.

Ven al evento Vive la Moto del Salón de Barcelona, vota por tu moto favorita y descubre qué propuesta es la ganadora.

Entra en www.hondagaragedreamscontest.com y no te pierdas ni un detalle.

[+ INFO](#)

Desarrollo empresarial

Muestras de servicio

Libro de estilo de marca

Resumen ejecutivo

JSDEC es una iniciativa solidaria que surge para hacer frente a la crisis causada por el Covid-19. De la mano de Unicef España e ISDI Accelerator, creamos una nueva marca para ofrecer asesoramiento gratuito en los campos de la comunicación, la gestión empresarial y el derecho.

La creación de la entidad implicó definir la comunicación de marca para que fuera coherente a nivel global. Con otras palabras: requirió alinear el tono de voz de más de 15 colaboradores para responder de forma unánime a todas las consultas.

Así, definimos el libro de estilo de la marca y determinamos la forma en que cualquier miembro de JSDEC debía comunicarse a través de los distintos canales.

Bienvenido/a a Juntos Saldremos De Esta Crisis. Antes de nada, lee este breve libro de estilo para conocernos mejor y poder alinearnos en nuestra comunicación.

Nosotros, en pocas palabras

Somos una iniciativa solidaria que nace en tiempos de crisis para ofrecer asesoramiento a PYMES y autónomos en los ámbitos de la comunicación, la gestión empresarial y el derecho.

Nuestra misión

Construir, entre todos, un mundo más equilibrado y conseguir que aquellos más desfavorecidos conviertan la dificultad de la crisis en una oportunidad para salir reforzados.

Nuestros valores

Valentía	Atrevidos pero controlamos el riesgo.
-----------------	---------------------------------------

Naturalidad	Comprensivos y espontáneos pero sin ser descuidados.
--------------------	--

Cooperativismo	Serviciales y eficientes pero sin ser invasivos.
-----------------------	--

El lema: nuestro grito de guerra

Es nuestro momento.

Presentaciones hechas, descubre ahora cómo hablamos.

Hablamos en primera persona del plural

Somos cercanos y accesibles. Formamos un equipo, desde los colaboradores de la iniciativa hasta las personas que nos consultan. Esta proximidad la reflejamos en nuestro tono de voz.

Frases activas

Promovemos la acción en un mundo de constante cambio. Quedarse parado es quedarse atrás.

Positivos ante todo

Dejamos las frases negativas solo para los momentos que requieran más ímpetu.

Hablamos en presente y en futuro

El pasado a un lado. Nos centramos en lo que ocurre ahora para, así, poder construir un futuro mejor.

Directos y al grano

No damos rodeos. No utilizamos más de 12 palabras por oración.

Somos de encontrar el punto medio

No creemos en los absolutos, siempre hay un buen punto intermedio. Evitamos el siempre, el nunca, el todo y el nada.

Evitamos las abreviaturas

Preferimos palabras enteras para que se nos entienda bien. No queremos dar pie a confusiones.

Nos gustan los números

Del uno al diez, en letras, y del 11 en adelante, en números. Exceptuando los casos en los que nos interese dar datos concretos para reforzar una posición en el mercado.

Las personas siempre primero

Te hablamos a ti, directamente. Te llamamos por tu nombre cuando nos escribimos por correo o nos llamamos por teléfono.

No subrayamos ni usamos la cursiva

El mundo digital no recibe bien estas formas, por lo que dejaremos el subrayado únicamente para los links, y la cursiva para títulos de publicaciones o extranjerismos.

Sí usamos la negrita

En títulos y para destacar información relevante de manera puntual.

Empezamos en mayúscula

La primera letra de cada frase la escribimos en mayúscula y la primera letra de los nombres propios, también. El resto, lo dejamos en minúsculas.

Lo bueno, si breve, dos veces bueno

Utilizamos frases cortas para captar la atención y ser más accesibles.

Nos gusta la estructura

Conseguimos una mejor legibilidad cuando nuestros textos presentan niveles de lectura: títulos, subtítulos (ocasionalmente) y frases cortas.

Máximo tres elementos por enumeración

Ni más, ni menos. Nos gustan las enumeraciones cortas porque nos ayudan a recordar la información.

Somos de puntos más que de comas

Preferimos las frases breves y concisas que se entienden a la primera. Los títulos no terminan con punto.

Gracias

Scroll-stopping content

Brand copywriter

Go for it

Go all in

Learn on the go
