

Propuesta de Rebranding Express – WEBPRO

Agencia WEBPRO – Documento de Rebranding

1. Alcance del Proyecto

El presente documento detalla el proceso de Rebranding (1 mes) con un valor total de \$5.000.000 COP, el cual comprende:

- Incluye:
 - Diagnóstico de marca y auditoría.
 - Redefinición de estrategia y posicionamiento.
 - Creación de identidad visual (logo, paleta de colores, tipografía).
 - Desarrollo de un manual de marca con aplicaciones básicas (papelería, redes, digital).
 - Plan de comunicación interna y externa.
 - Implementación digital y lanzamiento de la nueva marca.
- No incluye:
 - Trámites legales de registro de marca, contratos, licencias o gestiones ante la SIC u otras autoridades. Estas actividades corresponden al cliente o a su asesor legal externo.

2. Etapas y Entregables del Proyecto

Semana 1 – Diagnóstico + Objetivos

- Documento PDF con auditoría de marca (visión, misión, valores, percepción).
- Benchmark comparativo de 3–5 competidores.
- Definición escrita de propósito de marca y KPIs.

Semana 2 – Estrategia + Identidad inicial

- Documento con propuesta de valor y posicionamiento.
- Mapa de arquitectura de marca.
- Brief creativo para identidad visual.
- Primeras propuestas gráficas del logo (2–3 opciones preliminares con paleta y tipografía).

Semana 3 – Diseño final + Implementación

- Logo final aprobado (formatos: PNG, JPG, SVG, AI).
- Paleta cromática con códigos HEX, RGB, CMYK, Pantone.
- Tipografías corporativas con lineamientos de uso.
- Manual de marca express (10–15 páginas en PDF).
- Plan de comunicación (PDF con mensajes clave internos y externos).

Semana 4 – Lanzamiento + Monitoreo inicial

- Kit de redes sociales (plantillas para posts, stories y banners).
- Plantilla de presentación corporativa (PowerPoint o Google Slides).
- Archivos de papelería básica (tarjeta de presentación y membrete).
- Ejecución de lanzamiento digital (publicación en redes y mailing propuesto).
- Informe de monitoreo inicial (PDF con métricas básicas y percepción).

3. Cronograma

Duración total: 4 semanas.

- Semana 1: Diagnóstico y objetivos.
- Semana 2: Estrategia y primeras propuestas visuales.
- Semana 3: Diseño final, manual express y plan de comunicación.
- Semana 4: Lanzamiento y monitoreo.

4. Esquema de Pagos

El esquema de pagos acordado es el siguiente:

- Primer pago (50% – \$2.500.000 COP): al inicio del proyecto, contra firma del contrato.
- Segundo pago (50% – \$2.500.000 COP): contra entrega de todos los entregables finales en la Semana 4.

5. Observaciones Finales

- Todos los entregables se entregarán en formato digital.
- Los archivos editables del logo y manual serán propiedad del cliente una vez efectuado el pago total.
- El cliente es responsable de ejecutar los trámites legales de registro de marca y protección jurídica.

Anexo – Plan de Comunicación del Rebranding

1. Objetivo General

Asegurar una transición clara, coherente y positiva de la marca hacia su nueva identidad, fortaleciendo el posicionamiento y evitando confusión en clientes, aliados y colaboradores.

2. Comunicación Interna (Semana 2–3)

Objetivo: Lograr que todos los colaboradores entiendan el rebranding, lo adopten y lo transmitan con coherencia.

- Acciones:
 - Reunión de lanzamiento interno explicando razones del cambio, nuevos valores y presentación del logo.
 - Entrega de un kit interno (PDF/infografía) con lineamientos básicos de identidad.
 - Taller corto de “embajadores de marca” para líderes y equipo comercial.
 - Actualización inmediata de firmas de correo, plantillas internas y fondos digitales.

3. Comunicación Externa (Semana 4)

Objetivo: Posicionar la nueva marca en el mercado y generar expectativa y aceptación.

- Acciones Previas (teaser):
 - Publicación en redes sociales de expectativa.
 - Email teaser a clientes clave.
- Acciones de Lanzamiento:
 - Evento digital (live en Instagram/LinkedIn) o comunicado oficial.
 - Publicación en redes sociales del nuevo logo + storytelling de la transformación.
 - Newsletter a clientes con explicación del rebranding.
 - Nota de prensa para medios locales/sectoriales.
- Acciones Posteriores:
 - Campaña en redes con storytelling del rebranding.
 - Monitoreo de comentarios y reacciones.
 - Encuesta de percepción breve a clientes estratégicos.

4. Mensajes Clave

- Por qué cambiamos: “Evolucionamos para estar más cerca de las necesidades actuales del mercado.”
- Qué se mantiene: “Nuestra esencia y compromiso con la calidad no cambian.”
- Qué es nuevo: “Tenemos una nueva identidad que refleja innovación, cercanía y confianza.”

5. Cronograma Simplificado

Semana

Comunicación Interna

Comunicación Externa

Semana 2	Preparación de kit interno	-
Semana 3	Lanzamiento interno + capacitación	Teasers en redes y mailing
Semana 4	Seguimiento interno	Evento/lanzamiento oficial + mailing + PR + monitoreo

6. Indicadores de Éxito

- % de colaboradores que usan correctamente la nueva identidad.
- Engagement en publicaciones de lanzamiento (likes, shares, comentarios).
- Tasa de apertura del mailing de lanzamiento.
- Feedback positivo en encuesta de clientes.