

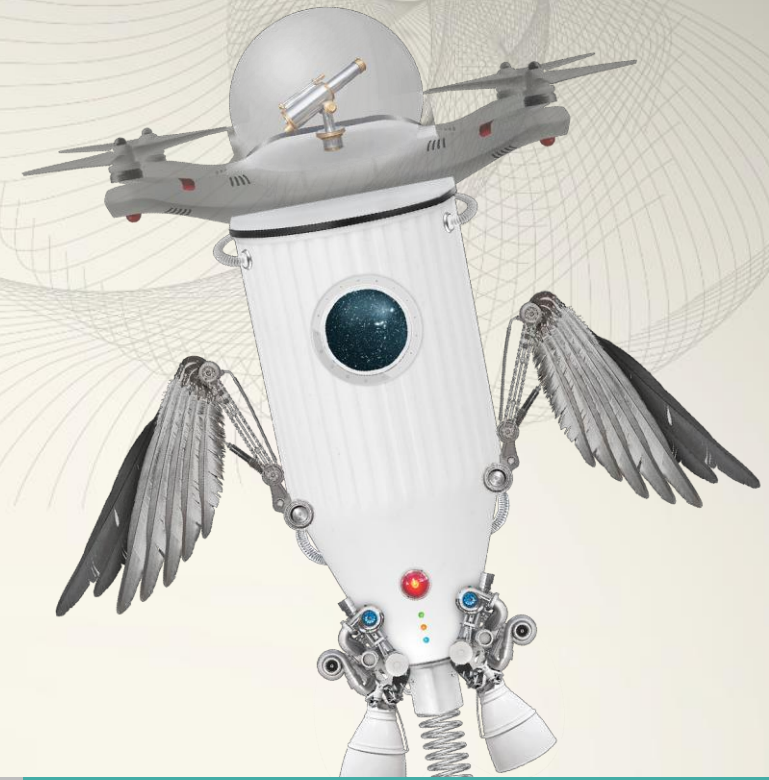
**ifest**  
COUNTDOWN

UNITAT  
**03**

Fase 4. Comunicació  
**BRANDING**

ACTIVITAT

 GUIA SHAKER





## 1. ACTIVITAT

Aquesta activitat permet a l'equip reflexionar per buscar les veritables raons per les quals es defineix el seu projecte i per les quals els clients els voldran comprar.

En aquesta activitat tractarem de pensar en allò que realment és diferenciador i aporta valor en el projecte i desenvolupar un nom i un missatge únic i impactant, per transmetre-ho al públic, resultar convincents i aconseguir clients.

L'objectiu d'aquesta activitat és definir la proposta de sortida al mercat i aconseguir que l'equip pensi en la importància del màrqueting i la venda per a poder sostenir el seu projecte en el temps.

## 2. ELS OBJECTIUS

Els objectius esperats amb la realització de l'activitat proposada són:

- Identificar quins són els aspectes essencials del projecte, aquells que realment importen a les persones.
- Adquirir més capacitat de síntesis a l'hora de descriure la proposta i la seva diferenciació respecte la competència.
- Adquirir capacitat per connectar amb un públic objectiu mitjançant un missatge clar i impactant.

## 3. OPERATIVA A LA CLASSE

Per portar l'activitat a la classe es proposa seguir els següents passos:

1. Recuperar els equips de treball. El paper creative ha de coordinar l'activitat. L'activitat és responsabilitat de tot l'equip i tots els membres hi han de participar.
2. Exposar l'eina associada: Go to Market. Es recomana utilitzar la presentació del workshop Go to Market que trobareu a l'apartat de recursos del mètode de la plataforma iFest. Repartir la fitxa o les fitxes de treball de l'eina o indicar a l'equip que la descarregui de la plataforma.
3. Recuperar els resultats de les unitats anteriora, principalment el Why, How, What, la proposta de valor, el Canvas del projecte, i els objectius definits per l'equip.
4. Els equips, dur a terme l'activitat de l'eina seguint els passos que es defineixen en la fitxa corresponent. Realitzar una reflexió inicial sobre el projecte i quin valor aporta, posteriorment definir els conceptes del Go to Market.
5. Registrar els resultats. Definir el naming, proposta única de venda i eslògan del projecte. L'equip completa el formulari de registre en l'apartat "Unitats" de la plataforma i desal'activitat.

### TIMING DE L'ACTIVITAT

Temps de treball estimat per a la realització de les activitats proposades a la unitat per part dels participants:

**Temps per realitzar l'activitat: 100'**  
Reflexió motivacions i diferenciació del projecte: 20'  
Definició naming: 30'  
Definició Proposta única de venda: 30'  
Definició eslògan: 20'

**Temps per registrar l'activitat: 20'**  
Registre a la plataforma: 20'