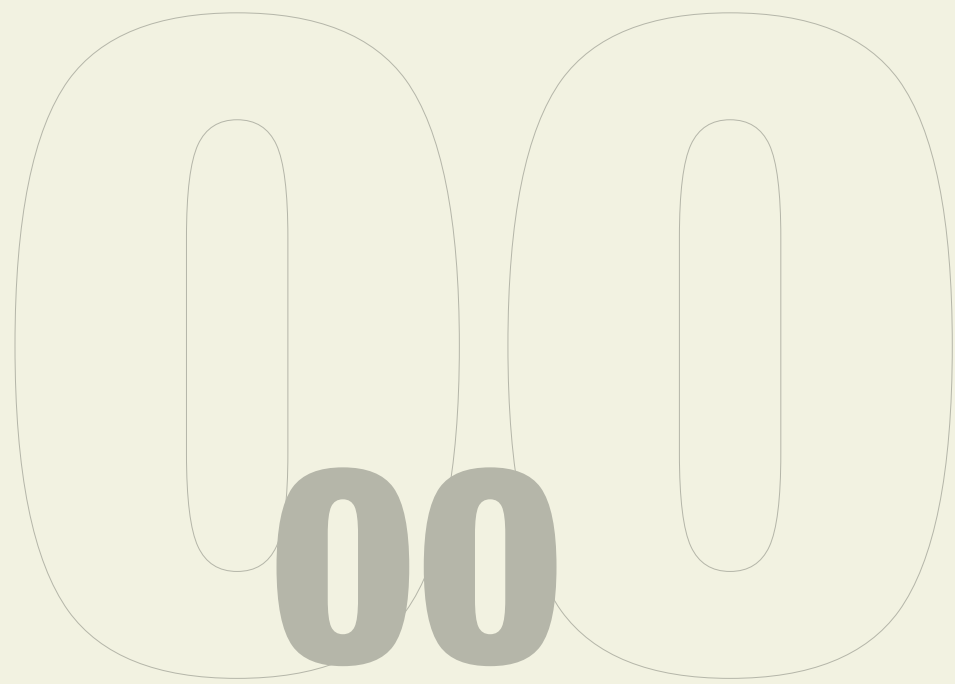


PEC1

EL MERCADO DEL DISEÑO

MARÍA HERNÁNDEZ VELÁZQUEZ

ASIGNATURA: PROYECTO IV. PORTFOLIO
GRADO EN DISEÑO Y CREACIÓN DIGITAL | UOC | 2021-22



ÍNDICE

/ 03	01. INTRODUCCIÓN
/ 04-05	02. MASH DESIGN
/04	02.1 MDOELO DE NEGOCIO
/04	02.2 NECESIDADES QUE CUBREN Y OFERTAN
/05	02.3 MENSAJE CENTRAL DE COMUNICACIÓN
/05	02.4 ESTRUCTURA Y ELEMENTOS COMUNICATIVOS
/05	OBSERVACIONES
/06-07	03. &WALSH
/06	03.1 MDOELO DE NEGOCIO
/06	03.2 NECESIDADES QUE CUBREN Y OFERTAN
/07	03.3 MENSAJE CENTRAL DE COMUNICACIÓN
/07	03.4 ESTRUCTURA Y ELEMENTOS COMUNICATIVOS
/07	OBSERVACIONES
/08-11	04. MARKETPLACES
/11	04.1 REFLEXIONES Y CONCLUSIONES
/12	05. REFERENCIAS

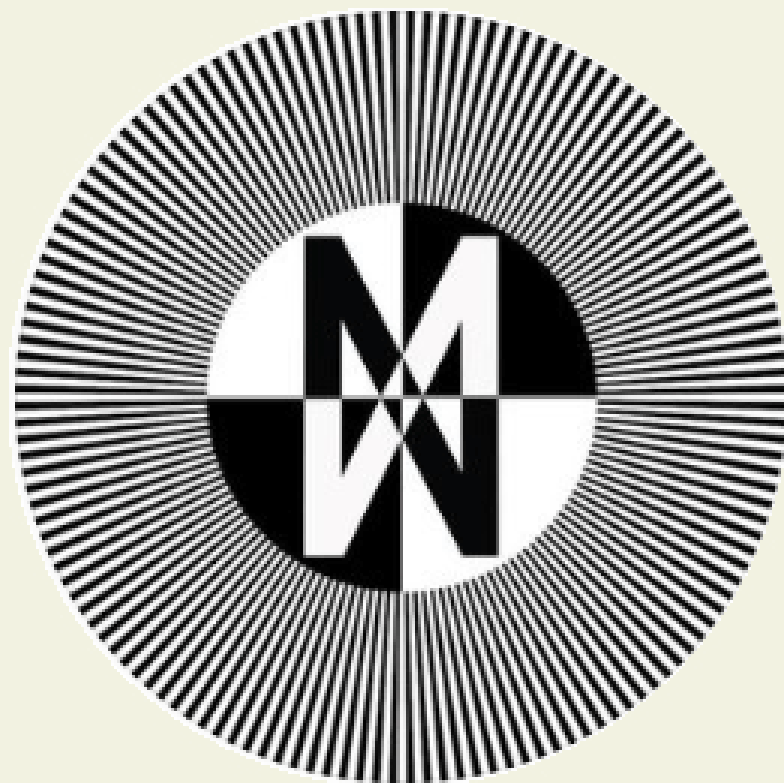
01

INTRODUCCIÓN

En este dossier recogemos el análisis y las conclusiones de nuestra investigación para esta primera actividad estudiando el ecosistema visual del estudio **Mash Design** y la agencia creativa **&Walsh**. Profundizaremos en sus puntos de contacto, el modelo de comunicación, la narrativa, la puesta en escena y los elementos que construyen su marca.

Además, analizaremos el modelo de negocio de los **marketplaces** a través de tres ejemplos de manera que nos sirvan como ejercicio de reflexión de cara a mostrar nuestros proyectos y a nuestra salida al mundo laboral.

02



MASH DESIGN

Mash Design es un pequeño estudio con sede en Adelaide (Australia) fundado en 2002. Dirigido por dos diseñadores asume una variedad de proyectos y clientes pese que a primera vista su portfolio está más enfocado al packaging y el diseño editorial.

02.1 MODELO DE NEGOCIO

Se trata de un estudio **B2B “Bussines to Bussines”** que según ellos mismos definen, “*diseña experiencias de marca visuales y táctiles que reinventan la experiencia del cliente y aumentan el valor comercial de su negocio. Exploramos y desarrollamos la relación entre el conocimiento de la marca, la interacción y la compra. Estamos aquí para proporcionar la experiencia independiente que pueda permitirle superar sus objetivos comerciales*”.

02.2 NECESIDADES QUE CUBREN Y OFERTA

Como diseñadores, desarrolladores digitales y directores creativos, fruto de la ilustración y la comunicación visual cubren lo que para ellos son las **cuatro áreas clave** de estrategia e identidad de marca;

- Diseño Editorial
- Packaging
- Diseño de Interiores
- Diseño web (e-commerce).

Se consideran especialistas del **branding multisensorial** “*Multisensory branding*” basado en la intensidad de la experiencia para generar el mayor grado de recuerdo.

02.3 MENSAJE CENTRAL DE COMUNICACIÓN

Su identidad y lenguaje visual comunican transparencia y sinceridad. Hacen hincapié en crear proyectos colaborativos con otros profesionales y artistas para alcanzar los mayores resultados.

Su comunicación es estrictamente profesional, muestran lo que son capaces de hacer y el resultado final. El lenguaje es completamente visual sirviéndose de las imágenes para poner en valor sus capacidades.

02.4 ESTRUCTURA Y ELEMENTOS COMUNICATIVOS

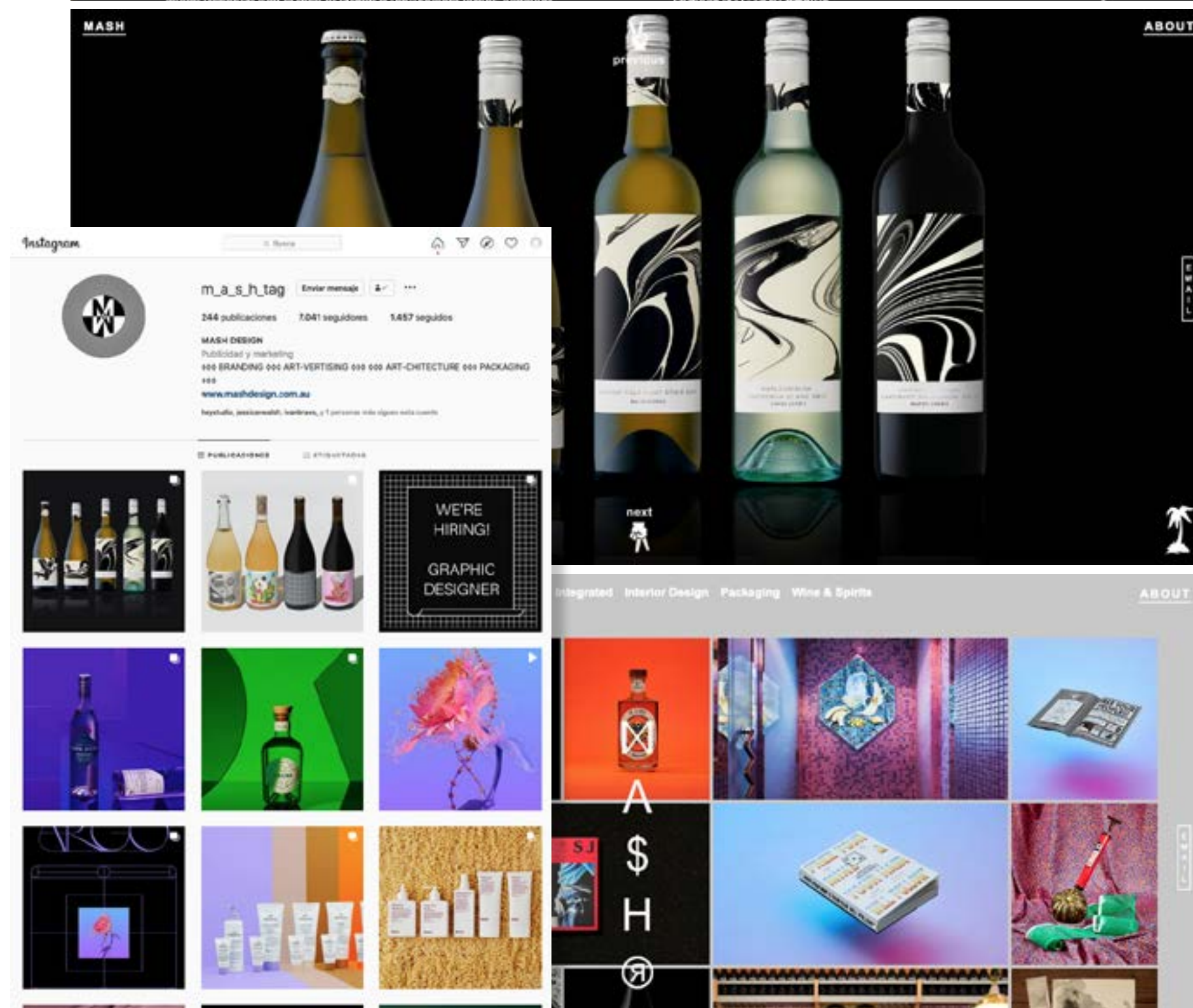
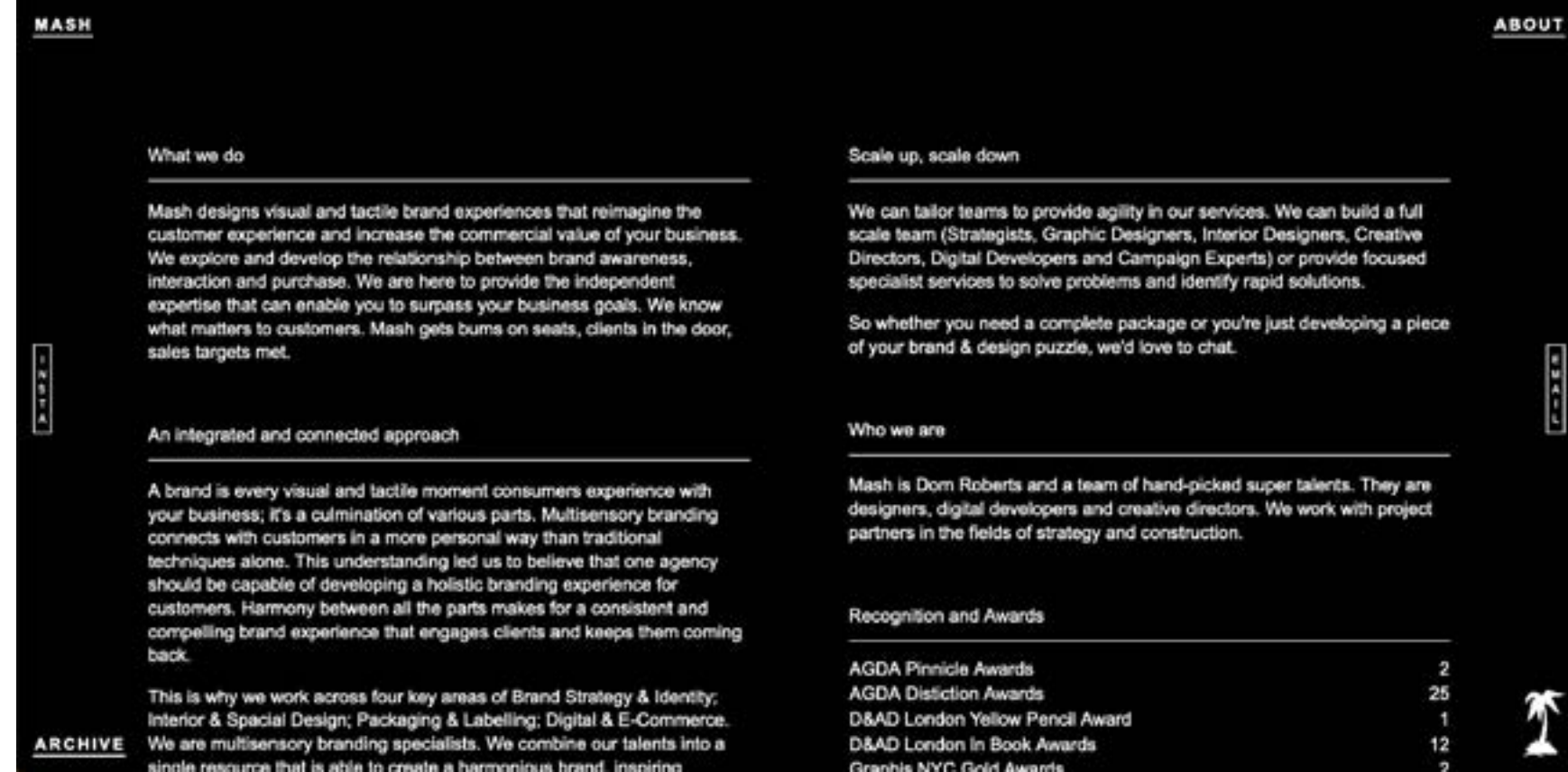
La estructura de comunicación que siguen es la más habitual. Tanto sus proyectos, su identidad y su manifiesto se comunican a través de la página web con vista en modo de portfolio en el que dan prioridad a las imágenes. A través de estas fotografías profesionales se transmite la confianza necesaria reforzada con su manifiesto y la comunicación de los reconocimientos recibidos.

Su perfil de Instagram cuenta con 7.000 seguidores aun siendo un espejo del contenido web. No tienen una frecuencia de publicación, ni destacados y es una cuenta estrictamente profesional.

OBSERVACIONES

Los proyectos hablan por sí solos, no cabe duda de que la fotografía profesional es su mejor herramienta de comunicación. Se podría decir que prestan el mismo cuidado en las propias imágenes que en los proyectos.

No se muestra a ningún integrante del estudio y tampoco aparece ningún listado con los clientes que han trabajado.





&Walsh

&Walsh se define como una agencia creativa con sede en Nueva York fundada en 2019. Fundada por la reconocida diseñadora americana Jessica Walsh, ha conseguido tener entre sus clientes a Snapchat, Apple, Beats by Dre, Kenzo, C3 / Live Nation Festivals, entre muchos otros.

03.1 MODELO DE NEGOCIO

Se trata de una agencia con un modelo **B2B “Bussines to bussines”** aunque ligeramente transversal (B2B2C) ya que tiene su propia tienda online, crea eventos y exposiciones, publica libros, participa en iniciativas sociales como ‘*Lets talk about mental healht*’ y ‘*Ladies, Wine and Design*’ y organiza encuentros con estudiantes de diseño.

03.2 NECESIDADES QUE CUBREN Y OFERTA

&Walsh está especializada en estrategia de marca, branding, publicidad, dirección de arte, diseño y producción en todas las plataformas. Su proceso de trabajo es el más habitual, en colaboración con el cliente lleva a cabo la investigación de su público objetivo y un análisis competitivo respetando los presupuestos y limitaciones del cliente.

Su objetivo es ayudar a consolidar marcas que perduren en el tiempo identificando los rasgos únicos contenidos en la personalidad de marca abordando el proyecto de manera integral.

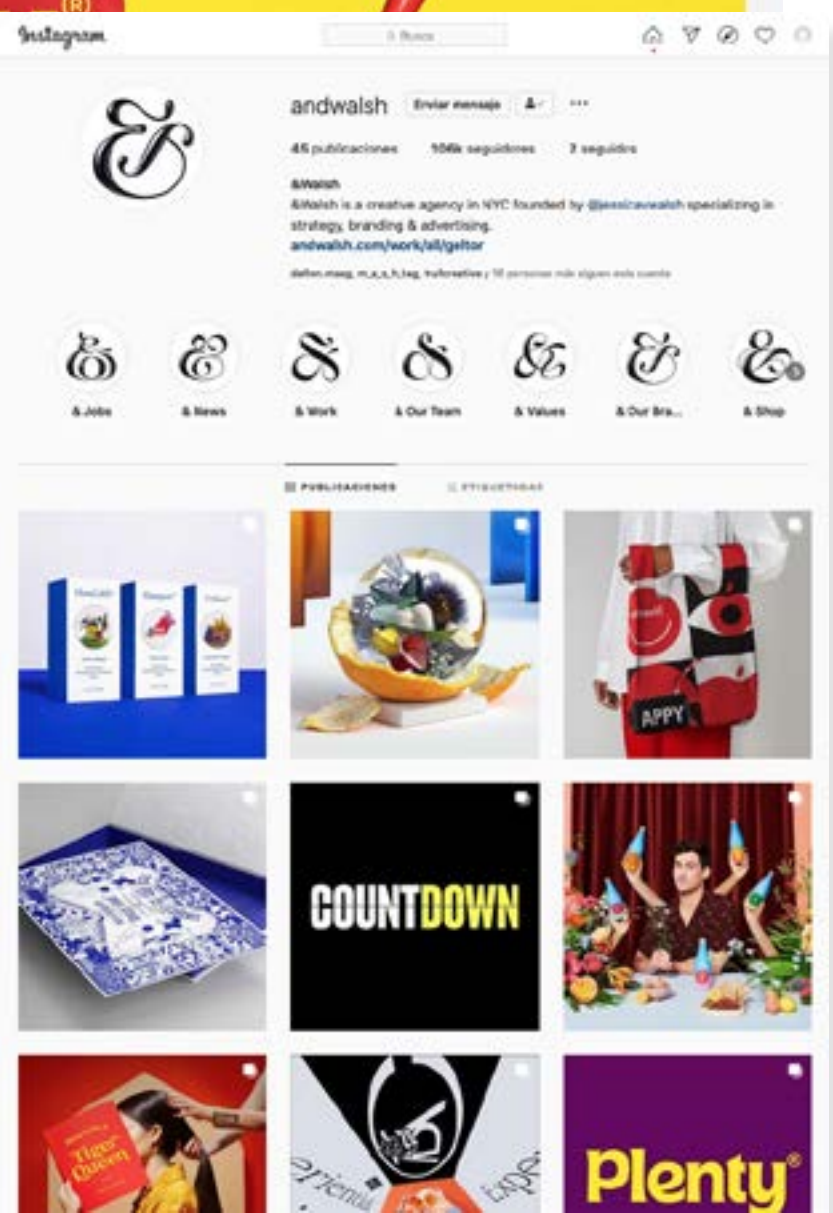


We are a creative agency in NYC specializing in branding & advertising. We work with clients starting from the initial brand strategy phase to the design, art direction and final production of a project. We believe in



All Branding Advertising Motion Print

- Our Services
- Advertising
 - Art Direction
 - Animation
 - Branding
 - Brand Strategy
 - Consultancy
 - Copywriting
 - Concepts
 - Commercials
 - Digital
 - Design
 - Environmental
 - Exhibition
 - Film & Video
 - Identity
 - Illustration
 - Installation
 - Interactive
 - Naming
 - Mural Design
 - Packaging
 - Photography
 - Print / OOH
 - Social Strategy
 - Social Content
 - Strategy
 - Target Audience
 - Website Design



03.3 MENSAJE CENTRAL DE COMUNICACIÓN

El mensaje principal de su comunicación reside en abordar los proyectos desde la emoción. A través de la consolidación de su propia marca y la comunicación de su filosofía de vida transmiten la seriedad y confianza que hace de ellas un ejemplo de propuesta de valor.

Su objetivo es transmitir un sentimiento, trasladar y hacer vivir una experiencia, promover una inquietud y hacer pensar al consumidor final, siempre manteniendo un equilibrio con la funcionalidad del encargo.

03.4 ESTRUCTURA Y ELEMENTOS COMUNICATIVOS

Su presencia digital se encuentra dispersa en distintas plataformas.

Su web es muy potente y completa con una gran presencia del desarrollo de su propia marca como ejemplo del trabajo que hacen. En su modelo de negocio más transversal podemos ver también aquí la tienda y un blog. Por otro lado destaca el orgullo que sienten por el equipo que la conforman representado el 1% de agencias creativas fundadas por mujeres. Además, tienen un apartado más cercano en que tratan de responder las inquietudes de profesionales/clientes y estudiantes.

Su perfil de Instagram cuenta con 106K de seguidores y el contenido está muy estructurado y organizado. De nuevo, este caso vuelve a ser un espejo del contenido web con un enfoque profesional.

Por último, participan en la plataforma de portfolios Behance y también se encuentran en LinkedIn.

OBSERVACIONES

Solidez del mensaje; web muy completa y trabajos profesionales de diferentes naturaleza sobre los que apoyarse.

Conocer el gran equipo que hay detrás ayuda a justificar la calidad y magnitud que son capaces de alcanzar con sus trabajos.

Preocupación por la enseñanza y las acciones sociales.

Utilizan su propia marca como expositor.



MARKETPLACES

MERCADO DIGITAL

CROWD SPRING

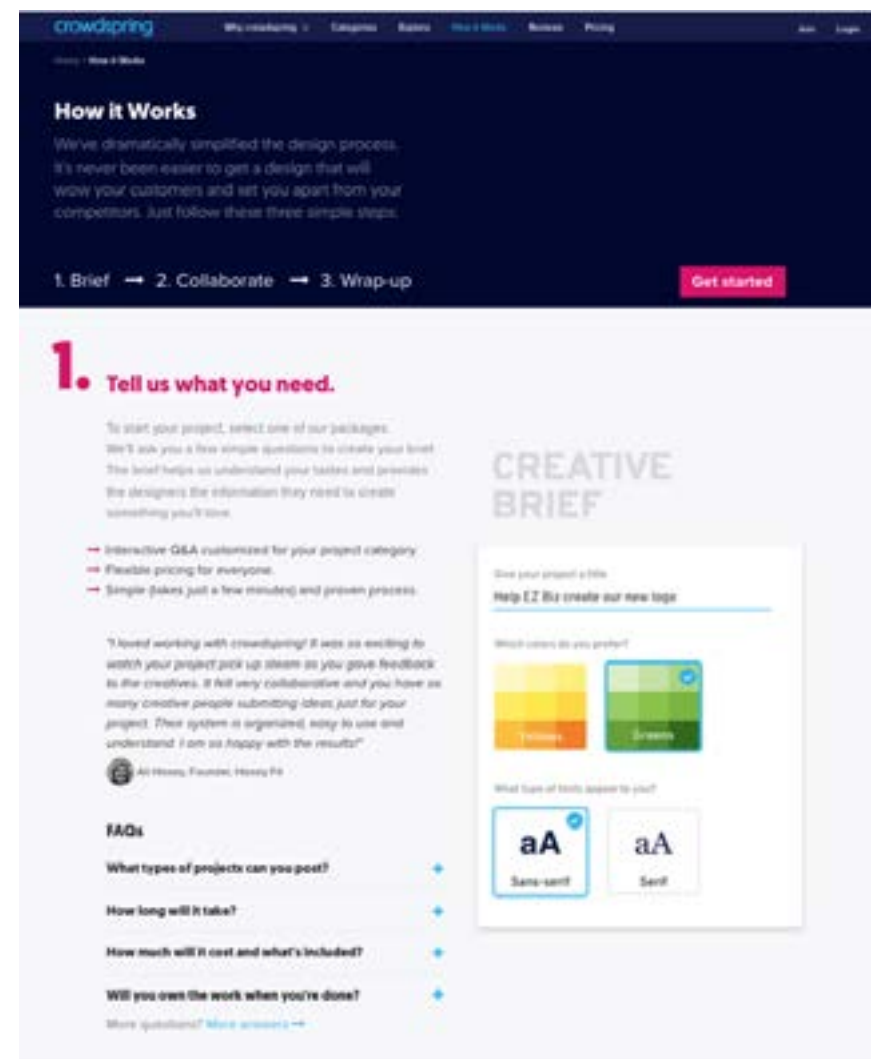
<https://www.crowdspring.com/>

Fundado en 2007 es uno de los marketplaces de diseño más grandes del mundo y eso se traduce a uno de los mayores con más diseñadores.

Con una navegación muy intuitiva permite filtrar las búsquedas y tener un carácter de interacción muy alto, adoptando casi el rol de una red social; comentar, compartir y puntuar del 1 al 100 a los diseñadores.

Los precios son competitivos y garantiza la transacción del pago y cobro de los servicios.

Comisión del 15%.



MAALT

<https://www.malt.es/>

Precios pocos competitivos

Dispone de una tecnología IA para comunicar tu perfil según los intereses de las búsquedas y poner en contacto directo a los clientes con los los profesionales. Por lo que es muy importante rellenar los datos de perfil de la forma más completa.

Comisión de entre el 5% y el 10%.

99 DESIGN

<https://99designs.es/>

Su funcionamiento y modelo más cercano es el anteriormente expuesto de CrowdSpring.

De la misma manera tiene filtrado por categorías y cuatro niveles de concurso disponibles siendo 99design más asequible en términos económicos.

La principal diferencia es el número de competidores con el que nos podemos encontrar que es un 70% menor y la garantía de devolución.

Comisión de entre 5% y el 15%.



04.1 REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Dentro de nuestro nicho de mercado, los marketplaces proporcionan un punto de encuentro con un fin comercial, entre diseñador - trabajo/servicio - cliente (modelo de negocio B2B) dentro del mercado digital.

Podrían por tanto definirse como un canal más de comunicación para nuestro trabajo siendo la interacción de las dos partes implicadas la principal diferencia con los portafolios.

La función de las plataformas es proporcionar toda la infraestructura necesaria para que esta transacción comercial se lleve a cabo, desde el filtrado y los aspectos más técnicos a la promoción y la garantía de pago seguro. A cambio, claro está, de la aceptación de sus propios términos y condiciones.

En definitiva, en un sector tan amplio y tan competitivo como éste, donde buscamos la mayor visibilidad, los marketplaces pueden ser un buen canal donde comenzar a darnos a conocer y empezar a trabajar de forma independiente.



REFERENCIAS

Mash Design (s.f.) [Página web]
<https://www.mashdesign.com.au/>

Feagins, L. (2012) James Brown of Mash [Entrevista] En: The Design files [Fecha de consulta: 25/09/2021] <https://thedesignedfiles.net/2012/02/interview-james-brown-of-mash/>

D&AD (2014) Dom Roberts - Craft for Design [Youtube] <https://youtu.be/Nvp9T7U7900>

La esquina creativa (s.f.) ¿Tienda online o Marketplace? Comparativa [Artículo]
<https://laesquinacreativa.es/tienda-online-marketplace-comparativa/>

Rogers, N. (2013) Designer wines with Adelaide's Mash [Entrevista] En: In daily <https://indaily.com.au/news/2013/11/29/designer-wines-wi->

[th-mash/](#)

&Walsh (s.f.) [Página web]
<https://andwalsh.com>

&Walsh on Behance (s.f.) [Página web]
<https://www.behance.net/andwalsh>

OTRAS PÁGINAS WEB DE CONSULTA

<https://www.thedesignerstoolbox.com/blog/dribbble-vs-behance/>

<https://www.uup.es/b2b-y-b2c-que-son-y-que-diferencias-hay-entre-ambos/>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-using-online-marketplaces>

<https://blog.paylane.com/pros-cons-marketplace-model-business/>

<https://productmint.com/the-marketplace-business-model-a-complete-guide/>

<https://danielcastanera.com/creative-market-marketplace-para-disenadores/>

<https://visualweb.es/marketplaces-la-alternativa-perfecta-como-esca-parate-para-nuevos-proyectos/>

Gracias.

© 2021. MARÍA HERNÁNDEZ VELÁZQUEZ
ASIGNATURA: PROYECTO IV. PORTFOLIO
GRADO EN DISEÑO Y CREACIÓN DIGITAL | UOC | 2021-22