

Professional Experience and Curriculum Vitae

Somos probablemente la única compañía en la industria que no sólo "habla" del cambio radical que ha sufrido la forma en cómo se comunican las marcas con sus usuarios.

Entendimos que ya no es como era antes, cuando una persona "miraba o no el anuncio, compraba o no el producto" y fin de la historia. La comunicación dejó de ser una carretera de una vía. El cambio clave es el hecho que el mensaje es controlado como nunca antes por el consumidor. Es él quien decide qué medios consume, cuánto y a qué hora...y lo más importante: tiene el poder de influir sobre lo que otros piensan de la marca.

El consumidor ya no simplemente "consume": Ahora opina, comparte, recomienda, critica, mira, escucha, juega, hace una parodia en youtube, crea una página en facebook que denuncia alguna debilidad de la marca o que pide a las personas no comprar determinada marca, twitteo acerca del excelente servicio, publica un review acerca del producto. El poder del nuevo consumidor radica en que no sólo obtiene información creíble de la marca escuchando a otros consumidores, sino que la comparte con ellos.

Esta era de comunicación controlada por el consumidor significa que debemos hacer cosas que la gente quiera ver, quiera buscar y quiera compartir con su círculo. Significa que debemos entretener, sorprender, incluso escandalizar...pero jamás ser ignorados.

Significa que el fin último del mercadeo ya no se trata de simplemente "ser visto" por muchas personas -tener grandes presupuestos en campañas en todos los medios-. Se trata de involucrar, de invitar a una conversación y de hacer una conexión constante, emocionante y significativa con el consumidor.

Esto es lo que hemos hecho exitosamente para nuestras marcas: Nuestra principal fortaleza radica en nuestra capacidad para detectar patrones, crear ideas e historias, entender la interacción humana, buscar y encontrar un significado íntimo y relevante en la vida de las personas y asociarlo directamente a la marca, porque la verdad, es que la gente no mira anuncios : mira aquello que le interesa, y sucede que a veces, es un anuncio.

Por dentro no somos publicistas, sino un grupo de inventores que se dedican a crear una historia irresistible que represente la esencia de la marca, que tenga un poderoso significado, que invite a interactuar y a compartir, en lugar de simplemente dictar un mensaje.

Previous Clientele

Please kindly get in touch for more information.

Awards and Accolades

Please kindly get in touch for more information.

Awards and Accolades

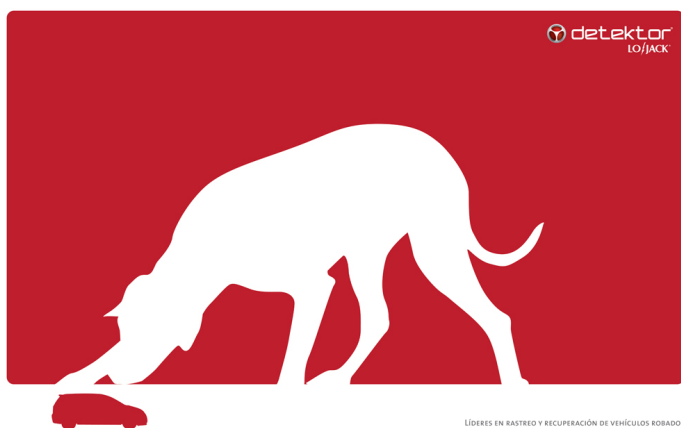
Please kindly get in touch for more information.

150 Lloyd Road Singapore 239098 (co. reg. 201004398N)
helpdesk 656.227.2902, fax 656.227.0213

garcia+ robles

Design Agency

View the full portfolio at <http://www.thecreativefinder.com/garciarobles>



15b Lloyd Road Singapore 239098 (co. reg. 201004398N)
helpdesk 656.227.2902, fax 656.227.0213





garcia+ robles

Design Agency

View the full portfolio at <http://www.thecreativefinder.com/garciarobles>



inscripción abierta [f](#) /canneyounglionsguate

iPod...I'm your father



KISSFM97.7
DO YOU REMEMBER?

15b Lloyd Road Singapore 239098 (co. reg. 201004398N)
helpdesk 656.227.2902, fax 656.227.0213



**THEY'D NEVER
LET YOU IN
A THEATER
WEARING ONLY
YOUR UNDIES.**

RENTED MOVIES RULE

TAKE  ONE

A SMARTER WAY TO MOVIES

garcia+ robles

Design Agency

View the full portfolio at <http://www.thecreativefinder.com/garciarobles>



15b Lloyd Road Singapore 239098 (co. reg. 201004398N)
helpdesk 656.227.2902, fax 656.227.0213