

PROOF

NSB Creative Pre-Testing Tool

HERRAMIENTA PROPIETARIA DE NSB · USO INTERNO

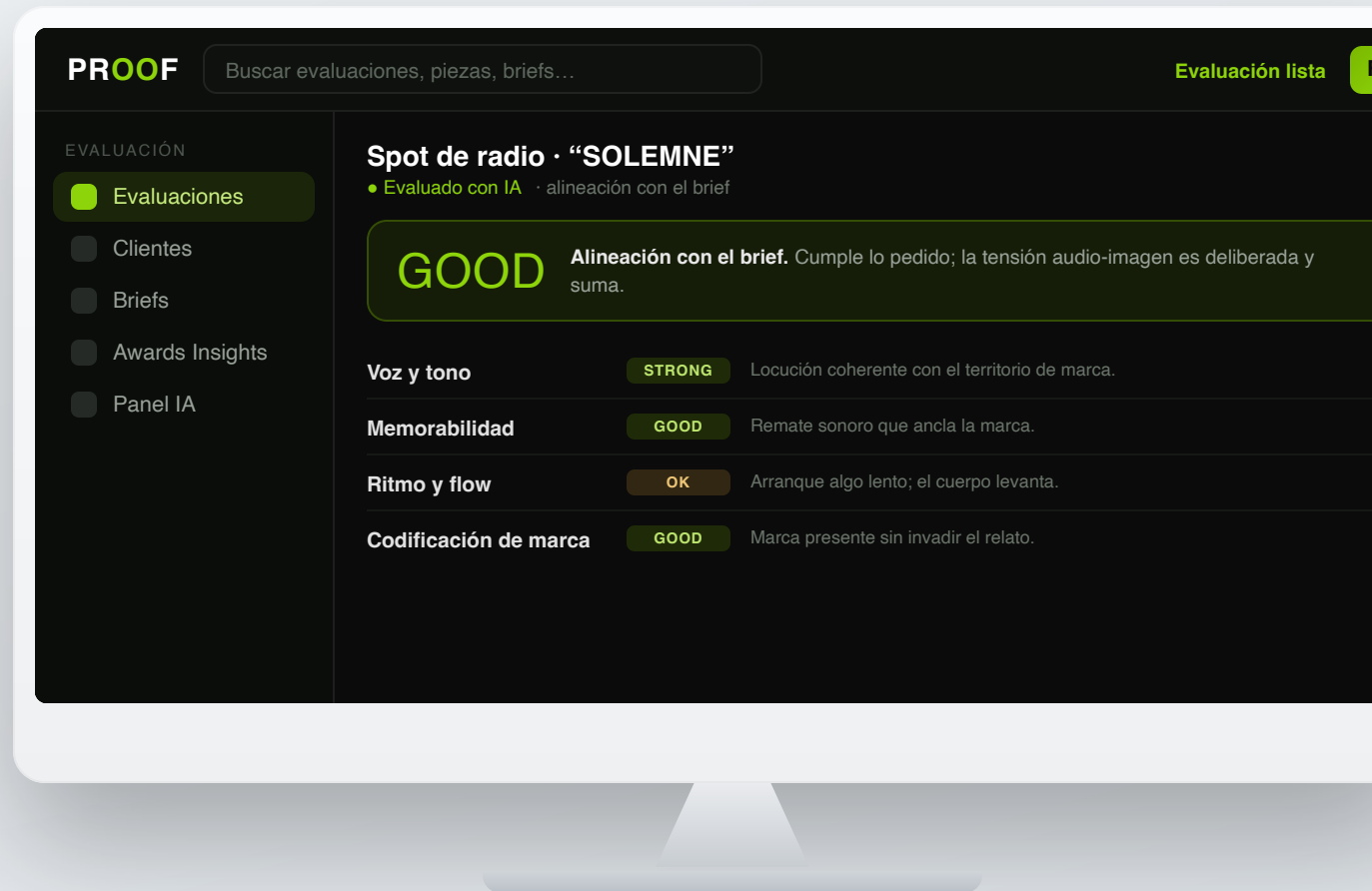
La herramienta con la que pre-testeamos y analizamos cada pieza antes de presentártela. Vos recibís el resultado, ya validado.

NUESTRA HERRAMIENTA

CADA PIEZA QUE TE PRESENTAMOS YA PASÓ POR PROOF.

Antes de mostrarte una idea, la leemos con PROOF: qué funciona, qué arriesga y cómo se compara con el estándar de la categoría.

• **VALIDADA ANTES DE PRESENTÁRTELA**
Llega a tu mesa solo lo que ya superó la prueba.



QUÉ ES PROOF

LA HERRAMIENTA PROPIETARIA DETRÁS DE NUESTRA CREATIVIDAD.

PROOF es la herramienta interna que desarrollamos en NSB para pre-testear y analizar cada pieza con fundamentos de comunicación probados — antes de que llegue a tu mesa.

PROPIETARIA DE NSB

La construimos nosotros: nuestra metodología de evaluación, hecha software.

DE USO INTERNO

No es un producto que vendemos: es el motor con el que trabajamos cada cuenta.

EL RESULTADO ES TUYO

Recibís piezas ya pre-testeadas, fundamentadas y listas para defender.

QUÉ SIGNIFICA PARA VOS

RECIBÍS CREATIVIDAD RESPALDADA, NO A CIEGAS.

Todo lo que te presentamos pasa antes por PROOF. Eso cambia lo que llega a tu mesa: cada pieza viene pre-testeada, comparada y fundamentada.

01

FUNDAMENTOS PROBADOS

Cada pieza se analiza con principios de comunicación y marca validados — no con corazonadas. Sabés **por qué** funciona.

02

INSIGHTS DE LOS AWARDS

La comparamos contra los casos creativos más premiados del mundo, para que tu campaña juegue al nivel del mejor estándar.

03

TU PROPIA AUDIENCIA

La probamos con audiencias sintéticas modeladas a partir del público real de tu marca, antes de salir al mercado.

El resultado: menos riesgo, decisiones más rápidas y cada recomendación creativa respaldada con evidencia.

QUÉ PRE-TESTEAMOS

SEIS FORMATOS, UNA MISMA VARA.

OOH · VÍA PÚBLICA

Gráficas y carteles de calle: la imagen de la pieza, leída como la vería el peatón.

IMAGEN

SPOT DE RADIO

El audio real del comercial: locución, música, ritmo y remate.

AUDIO

VIDEO · TVC

El comercial filmado: imagen en movimiento, edición y sonido, leídos en conjunto.

VIDEO

SCRIPT DE VIDEO

El guión o storyboard en pre-producción: evaluás la idea antes de filmar.

PDF

SCRIPT DE RADIO

El guión del spot antes de grabar: chequeás el concepto antes de estudio.

PDF

ESTRATEGIA DE MARCA

Presentaciones de posicionamiento e identidad: el sistema de marca, no una ejecución.

PDF

De la idea al aire: testeamos el **guión** antes de producir y la **pieza terminada** antes de presentártela. La misma vara en cada etapa.

CÓMO LO LEE

UNA NOTA QUE IMPORTA: ¿CUMPLE EL BRIEF?

El veredicto principal no es un promedio: mide qué tan bien la pieza cumple lo que el brief pedía. Cada dimensión se ubica en una escala de cinco niveles, con su evidencia.

STRONG

Sobresale. Cumple el brief y eleva la categoría. Lista para salir.

GOOD

Sólida. Funciona bien; ajustes finos opcionales.

OK

Cumple lo justo. Hay terreno para mejorar antes de invertir.

WEAK

Floja. Riesgos concretos que conviene corregir.

LOW

No llega. No resuelve lo que el brief pedía.

Sin humo: si algo no se puede juzgar con lo que se subió, PROOF lo dice — no lo inventa. Suma **qué funciona, señales de alerta y recomendaciones.**

LO QUE TODA PIEZA TIENE QUE RESOLVER.

CODIFICACIÓN DE MARCA ¿La marca está presente y bien integrada, o aparece como un flash al final? Premia los activos distintivos que la hacen reconocible.

FORTALEZA DEL INSIGHT ¿Hay una verdad humana real detrás, o solo una bajada de producto? Mide si la idea conecta con una tensión genuina del target.

RIESGO CULTURAL LATAM ¿La pieza puede leerse mal en el contexto local? Detecta sensibilidades, clichés o lecturas no buscadas para la región.

DIFERENCIACIÓN VS. CATEGORÍA ¿Ocupa un territorio propio o repite los códigos de todos? Penaliza el “me-too” y lo intercambiable con la competencia.

LAS DIMENSIONES · PROPIAS DE CADA MEDIO

Y LO QUE CADA FORMATO EXIGE.

OOH · VÍA PÚBLICA

Tiempo de decodificación — ¿se entiende en los 3 segundos de un peatón?

Visibilidad de marca — ¿se ve la marca a la distancia?

Foco del mensaje — ¿una sola idea, o demasiadas?

RADIO · AUDIO

Voz y tono — ¿la locución encaja con la marca?

Memorabilidad — ¿queda algo después de oírlo?

Ritmo y flow — ¿el spot respira y avanza bien?

VIDEO · TVC

Hook inicial — ¿los primeros segundos retienen?

Progresión narrativa — ¿la historia construye y no se cae?

Cohesión audio-visual — ¿imagen, edición y sonido suman juntos?

La **estrategia de marca** se lee por otra vara — saliencia, relevancia, posicionamiento, identidad y diferenciación — porque se juzga el sistema, no una ejecución.

UN EJEMPLO

CÓMO SE LEE UNA GRÁFICA DE VÍA PÚBLICA.



TIEMPO DE
DECODIFICACIÓN

Strong · La idea se entiende de un vistazo: una sola imagen, un solo mensaje.

VISIBILIDAD DE MARCA

Ok · El logo compite con el copy; se lee tarde a la distancia.

DIFERENCIACIÓN

Good · Sale del cliché de la categoría con un recurso visual propio.

RIESGO CULTURAL LATAM

Strong · Sin lecturas problemáticas para el mercado local.

Recomendación: agrandar la marca y separarla del copy para ganar lectura a distancia. Lo demás, listo para salir.

DIFERENCIAL

NO SOLO TU PIEZA: CÓMO SE COMPARA CON LO QUE GANA.

Cada evaluación contrasta tu pieza contra casos premiados similares de tu formato y categoría, y te muestra la brecha: qué hacen los ganadores que tu pieza todavía no.

CASOS COMPARABLES

Busca ganadores parecidos por medio, categoría y mensaje — no compara peras con manzanas.

ANÁLISIS DE BRECHA

Señala los movimientos que separan tu pieza del estándar premiado.

HONESTO

Si no hay casos comparables, lo dice — no fuerza un benchmark que no aplica.

UNA BIBLIOTECA VIVA DE CREATIVIDAD QUE GANÓ.

Más de dos mil casos premiados de los festivales que marcan el estándar, ordenados y explorables. El acervo que usamos para nutrir tu campaña y compararla con lo mejor del mundo.

≈2.200

CASOS PREMIADOS

Curados, con su narrativa y resultados.

4

FESTIVALES

Cannes Lions, FIAP, CLIO y Effie.

10+

AÑOS

Oros recientes y profundidad histórica.

3

FILTROS

Por premio, año y región.

REFERENCIAS CON CRITERIO

Partimos de casos reales por categoría y mercado, no de un moodboard al azar.

ARGUMENTO SÓLIDO

Cada recomendación que te hacemos se respalda con casos que ya funcionaron.

ESTÁNDAR MUNDIAL

Tu campaña se mide contra lo mejor de cada festival, no contra el promedio.

PANELES SINTÉTICOS

PROBAMOS TU PIEZA CON TU PÚBLICO, ANTES DE TENERLO ENFRENTÉ.

Construimos paneles de audiencia sintética — personas modeladas a partir del público real de tu marca — y los hacemos reaccionar a la pieza contra el brief. Una primera lectura de público en horas, no semanas.

EJEMPLO · PANEL IA AGRO

M

Productor mediano

Núcleo sojero · 800 ha · pragmático

“El precio por hectárea me cierra, pero quiero ver el respaldo técnico antes de cambiar.

CONVENCE A MEDIAS

A

Asesor agrónomo

Prescriptor técnico · escéptico

“El claim de rendimiento suena fuerte; sin el dato de ensayo, no lo recomiendo.

PIDE EVIDENCIA

C

Contratista joven

Adopta tecnología · early adopter

“Me gusta el tono, habla mi idioma. Lo compartiría con otros del grupo.

ENGANCHA

El panel siempre evalúa **contra el brief**: no opina al voleo, mide si la pieza mueve a tu público hacia el objetivo. Sirve para cualquier categoría.

CRITERIO HUMANO AL MANDO

LA IA PROPONE. NUESTRO EQUIPO DECIDE.

PROOF no reemplaza el criterio: lo potencia. Nuestros creativos y planners suman el contexto que la IA no podía saber y vuelven a correr el análisis con esa información como verdad. La máquina asiste; la decisión es humana.

01

SUMAMOS CONTEXTO

Aclaraciones del brief o del cliente, antes o después del análisis.

02

RE-EVALUAMOS

La IA descarta los falsos positivos que ese contexto ya explica.

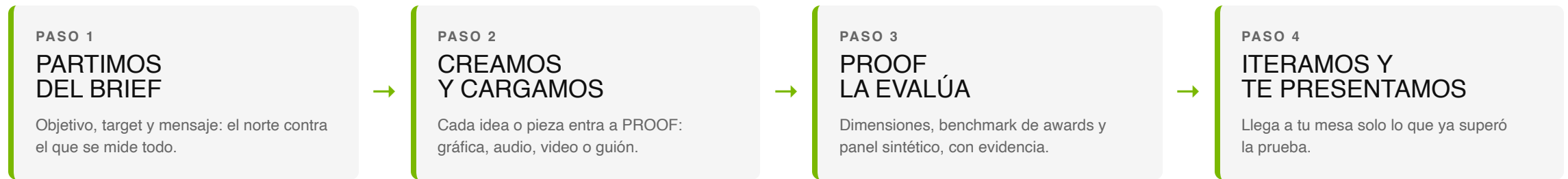
03

QUEDA REGISTRO

Cada ronda es una versión: trazabilidad de cómo evolucionó la lectura.

CÓMO TRABAJAMOS CON PROOF

DEL BRIEF A TU MESA, YA PRE-TESTEADO.



Es el método interno de nuestro equipo creativo y de planning: cada idea se desafía en minutos — sin coordinar focus groups ni esperar semanas — antes de que la veas.

TRABAJEMOS JUNTOS

CREATIVIDAD QUE LLEGA A TU MESA YA PROBADA.

PROOF es nuestro. El beneficio es tuyo: hablemos de tu próxima campaña y de cómo la respaldamos desde el primer borrador.

NSB

Herramienta propietaria, uso interno

Probado

Fundamentos de comunicación

≈2.200

Casos premiados de referencia

Panel

Audiencia sintética de tu marca