

GUÍA ADMEFY · 10 REGLAS

Decálogo de creatividad

Diez principios para crear piezas DOOH que funcionan donde está la gente.

UNA IMPRESIÓN

**Una
idea.**

Un mensaje. Una oferta. Una acción.
Lo demás sobra a 3 metros.

01

Una idea

Una creatividad debe comunicar una idea principal.

Una impresión. Una idea.



02

Marca siempre reconocible

La marca no puede depender del último segundo.

Logo, producto o identidad deben estar presentes desde el principio o durante la mayor parte de la pieza.

Recognizable at any moment.



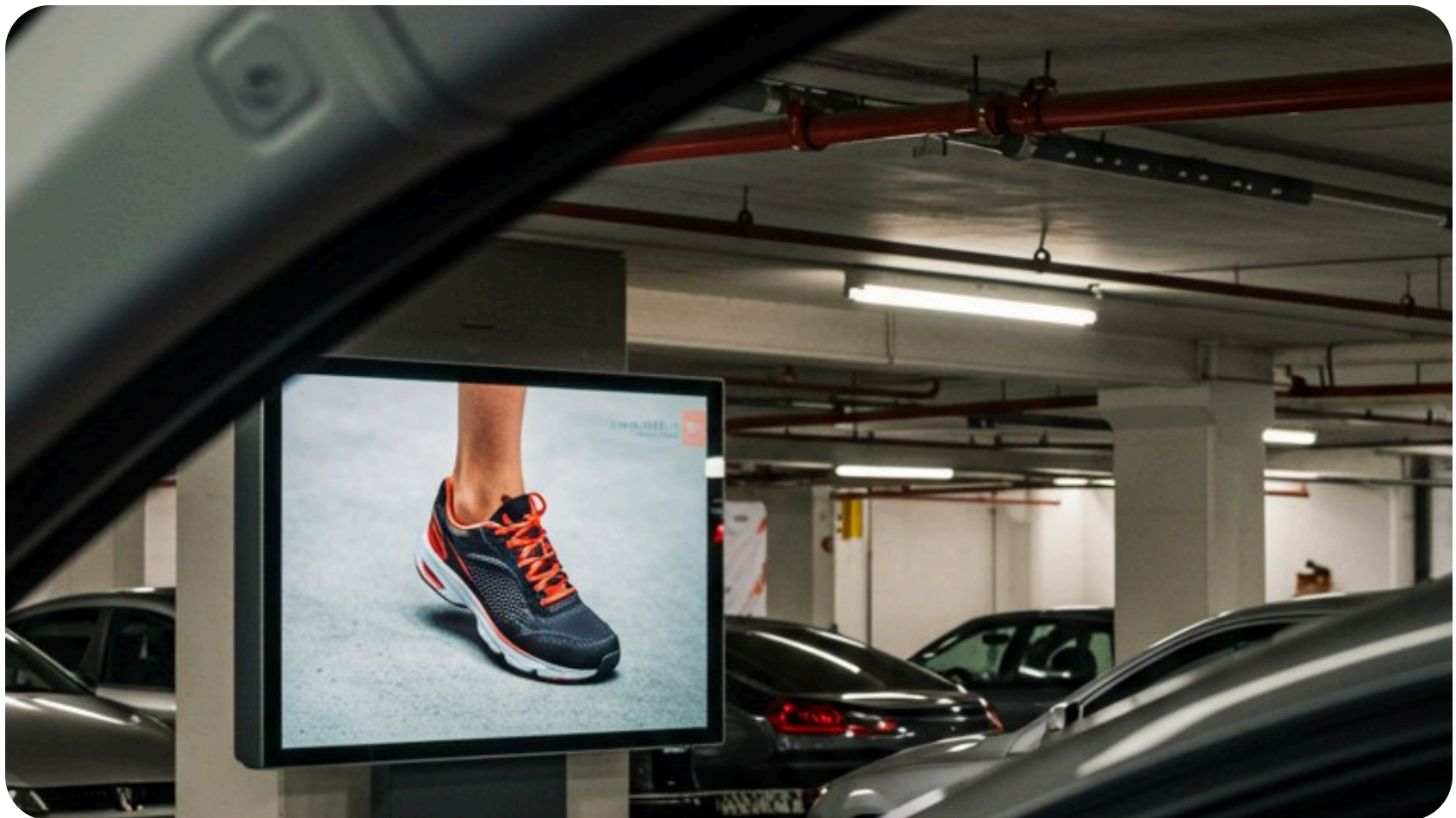
03

Menos texto. Más claridad.

Mensajes breves, directos y jerarquizados.

Evitar trasladar layouts propios de display, social o televisión.

Less to read. More to remember.



04

Legibilidad antes que diseño

La creatividad debe funcionar a distancia y en un entorno físico.

Tipografía, contraste, tamaño, composición y jerarquía deben priorizar la lectura inmediata.

If it can't be read, it can't work.



05

Diseña para un entorno in-store

La creatividad aparece integrada en un espacio físico y convive con arquitectura, iluminación, personas, productos y actividad.

No diseñar como si la pantalla estuviera aislada.

The environment is part of the message.



06

Sin sonido

La creatividad debe entenderse completamente sin audio.

No depender de locución, diálogo, música ni efectos.

El mensaje debe verse. No escucharse.



07

Anima, no narres

Los 10 segundos no son necesariamente un vídeo de 10 segundos. La pieza debería funcionar como una imagen publicitaria que vive durante 10 segundos.

El movimiento atrae, enfatiza y ordena, pero no debería ser obligatorio ver toda la secuencia para entender la idea.

Animate. Don't narrate.



08

Diseña para atención intermitente

La audiencia puede empezar a mirar en el segundo 2, 5 u 8. La creatividad debe seguir siendo comprensible.

Producto, marca y mensaje principal deben permanecer disponibles.

Understandable at any second.



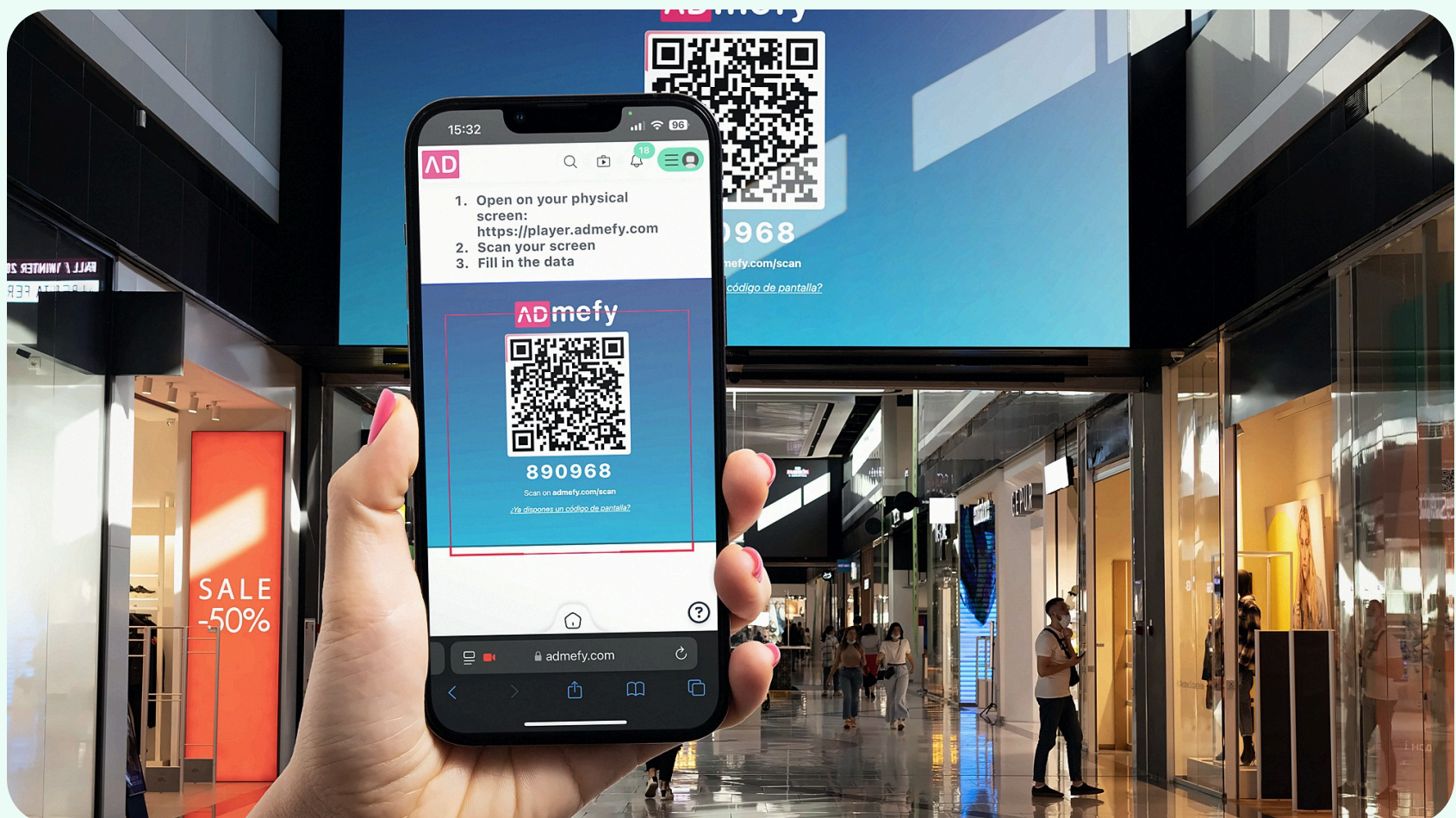
09

Adapta, no recortes

Horizontal, vertical y tablet necesitan composiciones específicas.

Una creatividad no debería pasar de 16:9 a 9:16 simplemente recortando.

Same idea. Different composition.



10

Crea continuidad

Cuando tenga sentido, la pantalla puede abrir el siguiente paso: QR, web, teléfono, Maps o WhatsApp.

QR. Web. Teléfono. Maps. WhatsApp.

EN UNA PÁGINA

Las diez, en una frase

01 Una idea

Una impresión. Una idea.

02 Marca siempre reconocible

Recognizable at any moment.

03 Menos texto. Más claridad.

Less to read. More to remember.

04 Legibilidad antes que diseño

If it can't be read, it can't work.

05 Diseña para un entorno in-store

The environment is part of the message.

06 Sin sonido

El mensaje debe verse. No escucharse.

07 Anima, no narres

Animate. Don't narrate.

08 Diseña para atención intermitente

Understandable at any second.

09 Adapta, no recortes

Same idea. Different composition.

10 Crea continuidad

QR. Web. Teléfono. Maps. WhatsApp.