

Agencia de Marketing y Publicidad



DAMEEKS

Ian Lucas Damele

www.dameeks.com.ar



INTRODUCCIÓN

Un recorrido de 60 años por la forma en que las marcas contaron sus historias — tinta, ondas de radio, internet y, hoy, el scroll infinito — para llegar a una sola conclusión: quien no se adapta, desaparece.

DAMEEKS

MERKETING Y PUBLICIDAD

De corazón rústico. De mentalidad moderna.

Durante décadas, la comunicación cambió de forma, de medios y de velocidad. Pero hay algo que nunca cambió: las marcas que saben adaptarse son las que logran llegar más lejos.

En Dameeks tomamos lo mejor de lo que funcionó, lo cruzamos con una mirada innovadora y lo transformamos en comunicación que llega a destino.



BRANDING



1980

La era de la identidad

Las marcas comunicaban a través de televisión, radio, diarios y cartelera. El branding era más institucional: logos fuertes, mensajes simples y campañas pensadas para ser recordadas por todos.

2000

La era de la expansión

Internet empezó a cambiar las reglas. Las empresas sumaron webs, emails y publicidad digital, buscando presencia más allá de los medios tradicionales. El branding comenzó a ser más dinámico y cercano.

2026

La era de la conexión

Las marcas ya no solo comunican: conversan. Redes sociales, contenido, inteligencia artificial, datos y experiencias hacen que cada interacción construya la identidad. Hoy, adaptarse es parte del branding.

MARKETING



2000 — Marketing de alcance

Las empresas buscaban llegar a la mayor cantidad de personas posible. Publicidad masiva, emails, banners y campañas tradicionales. La clave era tener presencia y generar reconocimiento.



2026 — Marketing de precisión

Hoy no alcanza con llegar a muchos: hay que llegar a los correctos. Datos, IA, contenido, redes sociales y segmentación permiten crear mensajes más rápidos, personalizados y medibles.

Presentación Creativa



EL MUNDO CAMBIA

1980

Todos reconocían

Televisión, radio y grandes campañas construían una identidad masiva. Las marcas vendían mucho más que un producto: vendía momentos y emociones.

2010

Las marcas que empezaron a conversar

El marketing dejó de ser únicamente masivo y empezó a buscar participación. Campañas como “Share a product” llevaron la personalización y las redes al centro de la comunicación.

2026

Las marcas que evolucionan sin perder su esencia

Las marcas mantienen sus códigos históricos como logo, identidad— pero los adapta a un ecosistema digital, personalizado y mucho más dinámico. En 2026 incluso cambio su forma de comunicarse

Presentación Creativa

LA PRESENCIA CONSTRUYE MARCA

Hoy, una marca no comunica solamente con palabras. Comunica con imágenes, sonidos, colores, experiencias y cada punto de contacto con su público.

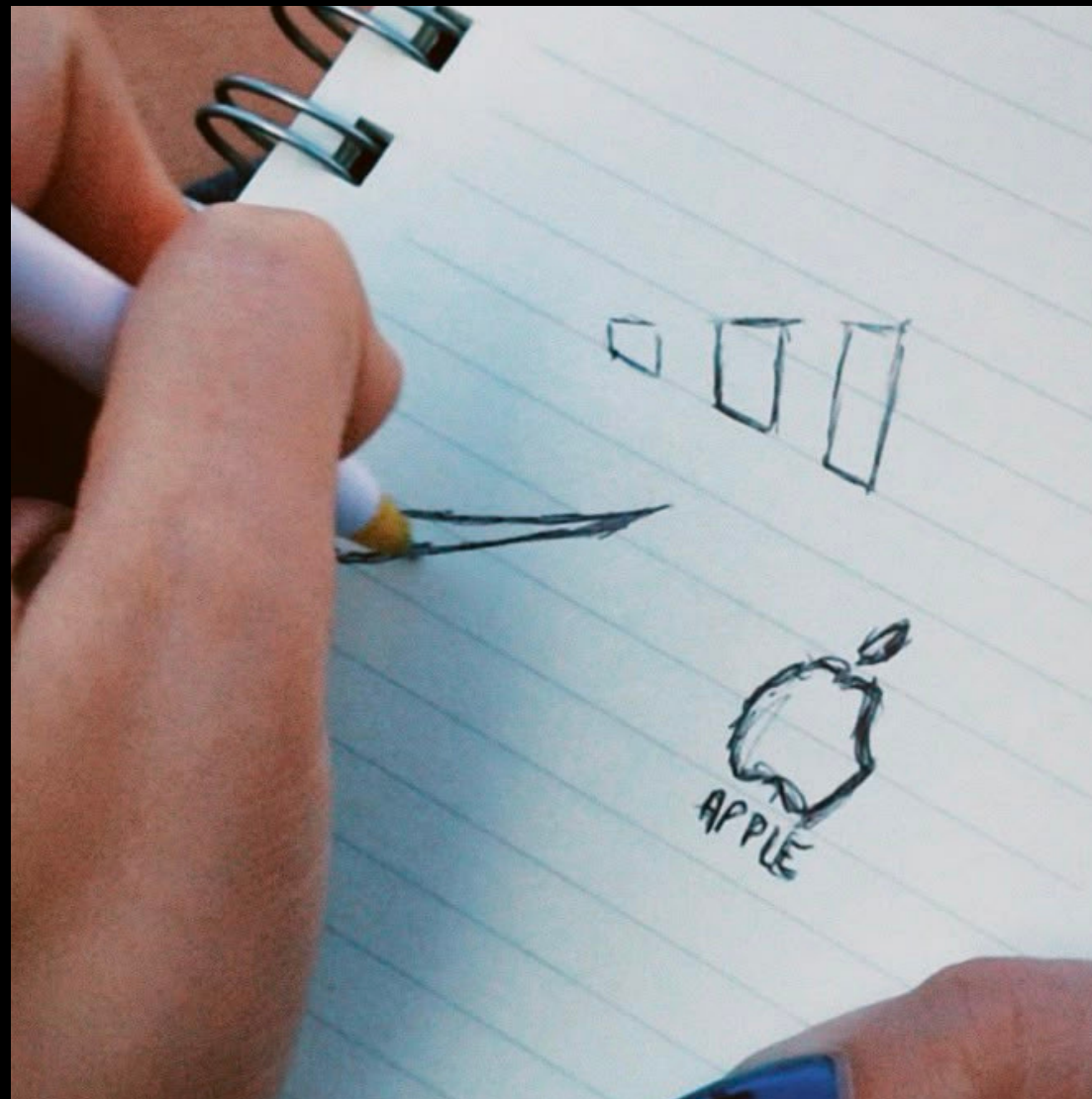
Estar presente de forma coherente en todos los canales no es solo visibilidad: es construir reconocimiento, confianza y estabilidad.

Porque una marca que se hace presente, se vuelve memorable.



Ian Lucas Damele

www.dameeks.com.ar



AUTENTICIDAD

Hoy buscamos recuperar algo que los años 80 tenían de especial: la autenticidad de lo hecho a mano, lo personal y lo imperfectamente humano.

En Dameeks creemos que la tecnología no tiene que reemplazar eso, sino potenciarlo.

Por eso trabajamos de cerca con nuestros colaboradores, valorando sus ideas, su identidad y aquello que hace único a cada proyecto.

Porque lo auténtico no pasa de moda. Se vuelve parte de la historia.



Ian Lucas Damele

www.dameeks.com.ar