



CONECTANDO EMPRESA, MARCA E IDENTIDAD VISUAL



ISABEL IBOR
escucho. observo. siento > DISEÑO



ISABEL IBOR

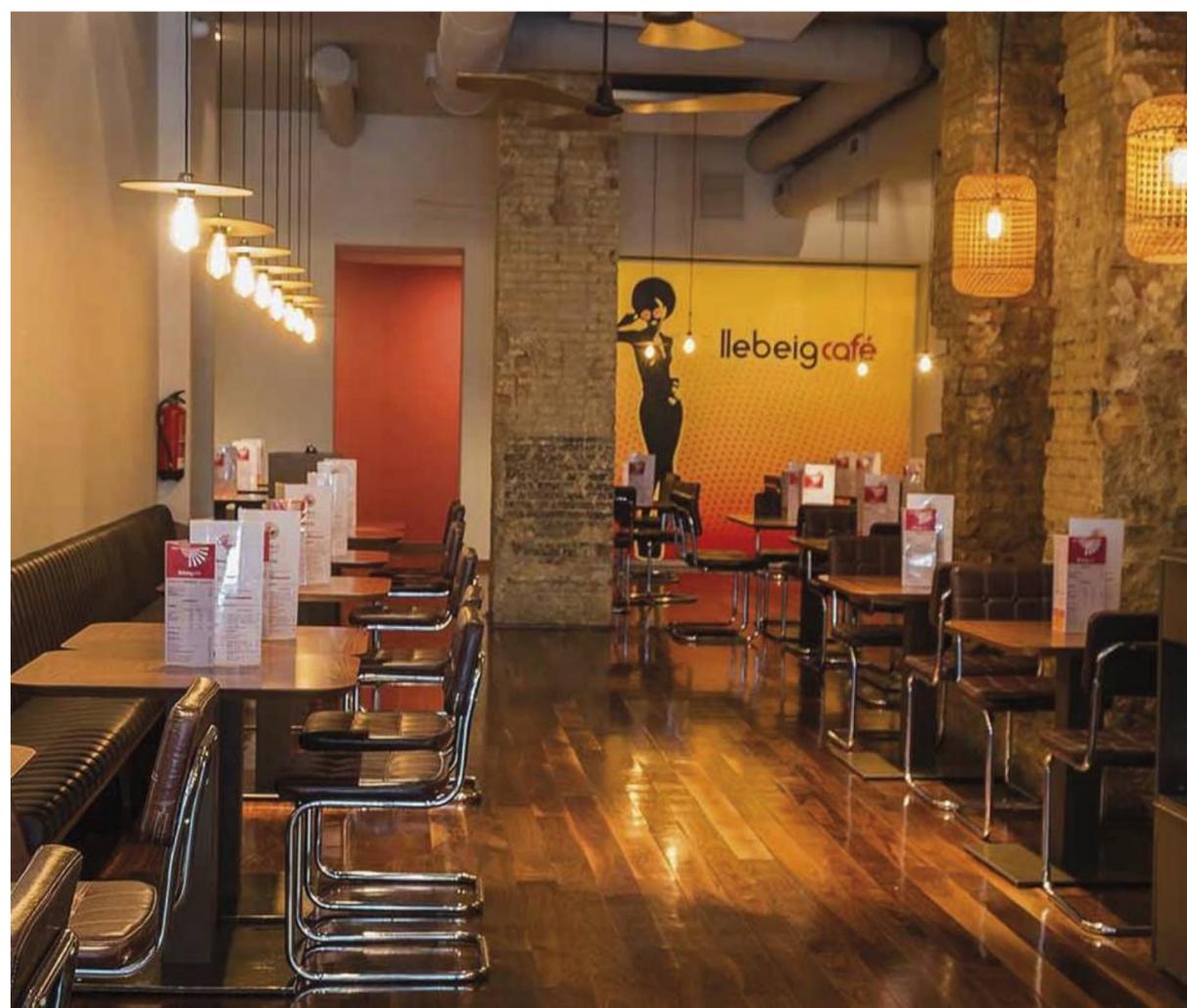
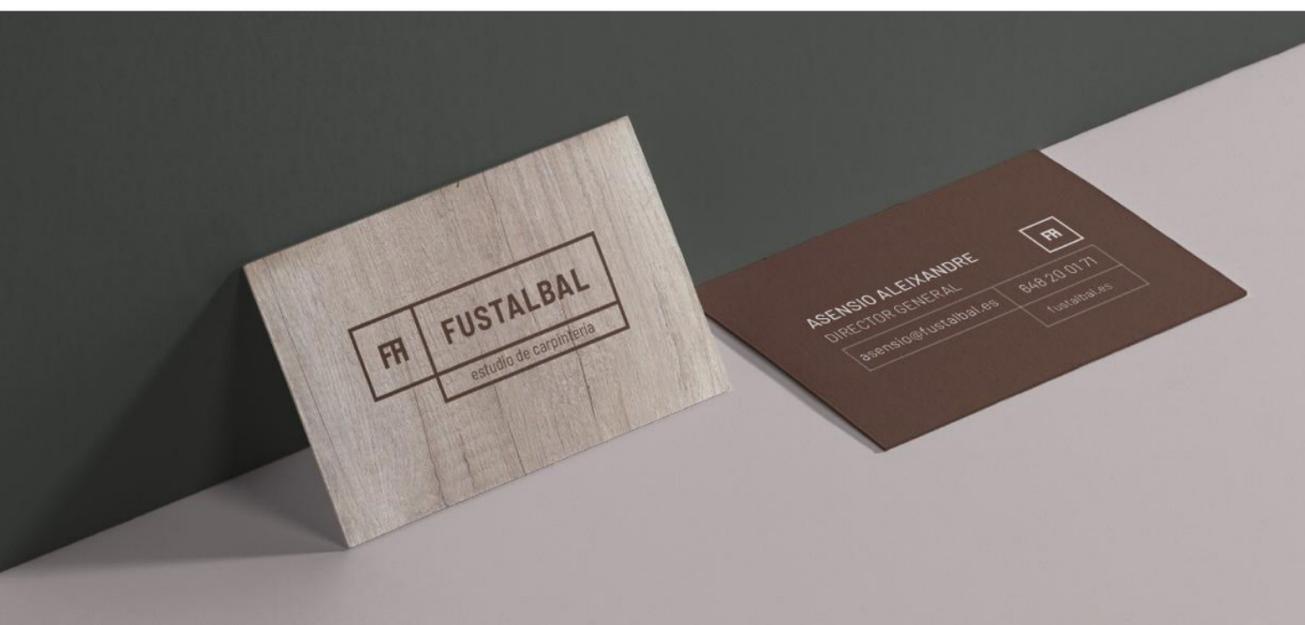
escucho. observo. siento > DISEÑO

www.isabelibor.com

isabel@isabelibor.com

[@isabelibor_diseno](https://www.instagram.com/isabelibor_diseno)





 VOSOTROS



OBJETIVOS

OBJETIVOS

- > Conocer que es una marca y cual es su importancia

OBJETIVOS

- > Conocer que es una marca y cual es su importancia
- > Saber qué papel desempeña la Identidad Corporativa

OBJETIVOS

- > Conocer que es una marca y cual es su importancia
- > Saber qué papel desempeña la Identidad Corporativa
- > Aprender la conexión Estrategia empresarial - Identidad Corporativa

OBJETIVOS

- > Conocer que es una marca y cual es su importancia
- > Saber qué papel desempeña la Identidad Corporativa
- > Aprender la conexión Estrategia empresarial - Identidad Corporativa
- > Conocer los elementos que permiten esa conexión.

— ¡EMPEZAMOS!

— ¿Qué sabemos sobre...

Vodafone

— ¿Qué sabemos sobre...

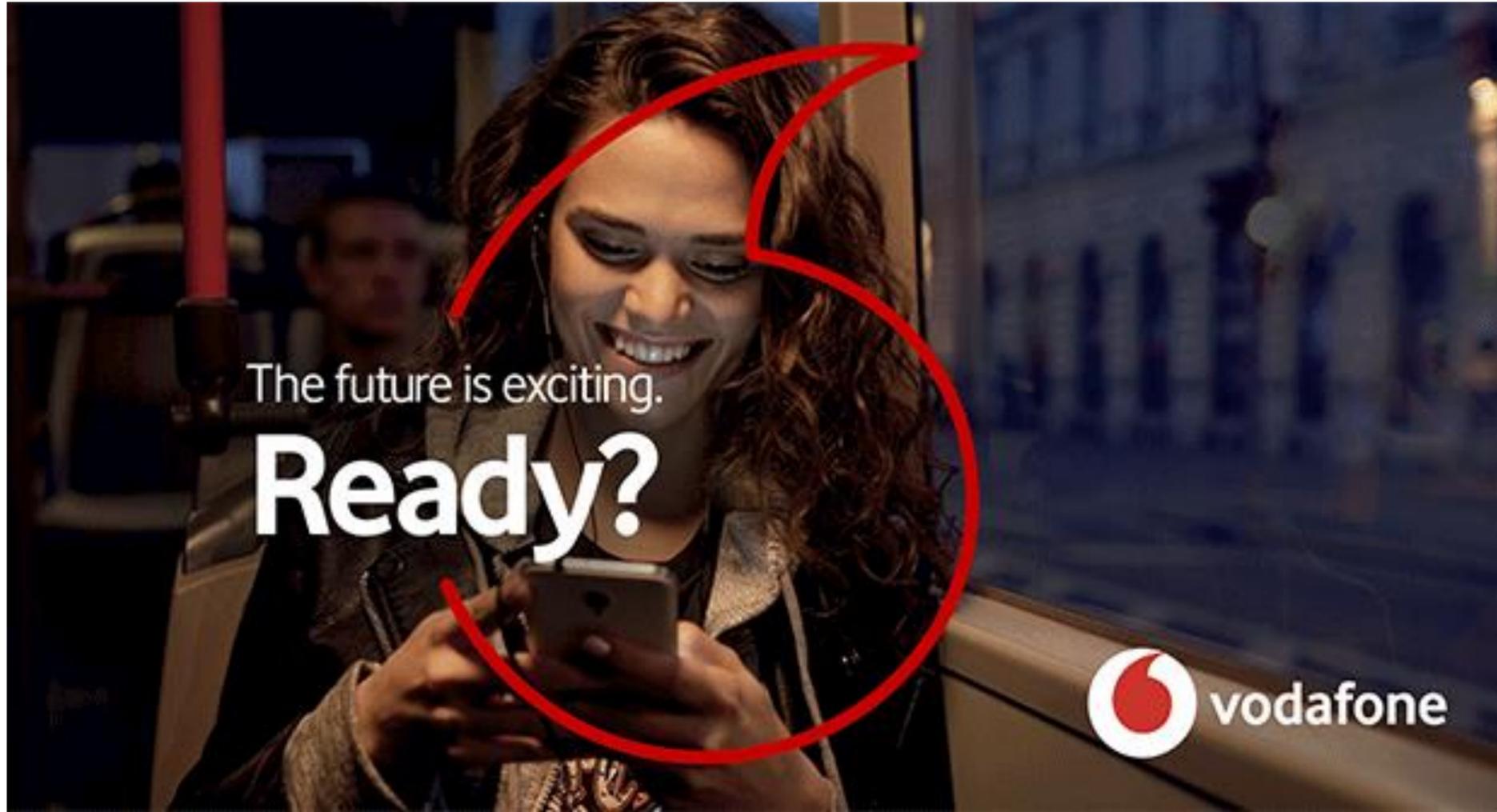
Amazon

— ¿Qué sabemos sobre...

Nike

— ¿Qué sabemos sobre...

Coca-Cola



amazon





Air Max 720

JUST GO BIGGER

Con un diseño inspirado en nuestra visión de cómo sería el futuro, las AM720 Throwback Future llevan la imaginación un paso por delante.

[COMPRAR AHORA](#) [COMPRAR PARA NIÑO/A](#)





ES HORA DE JUNTARNOS A COMER.

Comer #JuntosSabeMejor

Te invitamos a disfrutar de la comida junto a los tuyos, a derribar fronteras y conocer nuevos países sin moverte de casa.

[Descubre más aquí](#)

SIENTE EL SABOR®



^ VAMOS A DEFINIR

MARCA



La marca no es más que la capacidad de importarle a alguien"

Branzai

MARCA



La marca no es más que la capacidad de importarle a alguien"

Branzai

La componen

Todos los aspectos que definen una empresa: físicos y abstractos.

filosofía, personalidad, comunicación, tono de voz, identidad corporativa...

MARCA



IMAGEN DE MARCA

Es aquello que
piensan de nosotros,
es aquello que
proyectamos.

Es el resultado de lo
que hacemos como
Marca.

MARCA



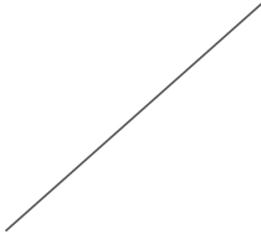
**IMAGEN
DE MARCA**

**IDENTIDAD
DE MARCA**

La componen todos aquellos elementos que definen una marca.

Incluye

IDENTIDAD VISUAL
IDENTIDAD VERBAL



MARCA

Lo que NO vemos

- Visión y Misión
- Posicionamiento
- Propuesta de Valor
- Idea de Marca
- Personalidad de Marca
- Valores y Atributos
- Cultura Corporativa
- Arquitectura de Marca
- Mundos de inspiración

Lo que vemos

- **Identidad Visual**
- Identidad Verbal
- Sistema de Marca
- Aromas de marca
- Sonidos de marca
- ...

¿CÓMO LO HACEMOS?

1

NUESTRA EMPRESA Y SU ENTORNO

¿QUÉ HACE
NUESTRA
EMPRESA?

¿QUÉ HACE NUESTRA EMPRESA?

COMPETENCIA

- > ¿Quién es?
- > ¿Qué hace?
- > ¿En qué nos DIFERENCIAMOS? ¿Cuál es nuestro valor diferenciador?
- > ¿Por qué nos compra nuestro cliente en lugar de a la competencia?

¿QUÉ HACE NUESTRA EMPRESA?

COMPETENCIA

- > ¿Quién es?
- > ¿Qué hace?
- > ¿En qué nos DIFERENCIAMOS? ¿Cuál es nuestro valor diferenciador?
- > ¿Por qué nos compra nuestro cliente en lugar de a la competencia?

¿QUIÉN ES NUESTRO CLIENTE?

- > Edad, sexo, estatus social
- > Cuáles son sus intereses
- > Qué hace en su vida
- > Con quién se relaciona
- > Cuáles son sus valores: ¿coinciden con los nuestros?

2

QUIÉNES
SOMOS
COMO
EMPRESA

↳ ¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

↳ ¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

↳ ¿CÓMO LO OFRECEMOS?

- > ¿Dónde lo vendes?
- > Precio

┌ ¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

┌ ¿CÓMO LO OFRECEMOS?

- > ¿Dónde lo vendes?
- > Precio

┌ BENEFICIOS

┌ ¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

┌ ¿CÓMO LO OFRECEMOS?

- > ¿Dónde lo vendes?
- > Precio

┌ BENEFICIOS

┌ SOY

Adjetivos que te
definan como marca

└ ¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

└ ¿CÓMO LO OFRECEMOS?

- > ¿Dónde lo vendes?
- > Precio

└ BENEFICIOS

└ SOY

Adjetivos que te
definan como marca

└ NO SOY

¿QUÉ OFRECEMOS?

- > ¿Qué producto o servicio?
- > ¿Qué deseo satisface?

¿CÓMO LO OFRECEMOS?

- > ¿Dónde lo vendes?
- > Precio

BENEFICIOS

SOY

Adjetivos que te definan como marca

NO SOY

VALORES



— NUESTROS ALIADOS GRÁFICOS

EL COLOR

BLACK Dramatic & Sophisticated	   
BLUE Trustworthy & Secure	      
RED Bold & Passionate	      
YELLOW Optimistic & Innovative	     
ORANGE Vibrant & Energetic	     
PURPLE Enchanting & Regal	   
GREEN Rejuvenating & Natural	     
GRAY Sleek & Timeless	   
BROWN Grounded & Robust	  
PINK Festive & Fun	  

Elegancia	Respeto	Misterio
Autoridad	Poder	Muerte
Fuerza	Sobriedad	Corporativismo
Tranquilidad	Simpatía	Verdad
Inteligencia	Libertad	Estabilidad
Confianza	Frio	Progreso
Caliente	Poderoso	Reveldía
Pasión	Sexo	Energía
Amor	Dinamismo	Peligro
Sol	Precaución	Calor
Ocio	Cobardía	Curiosidad
Felicidad	Positivismo	Júbilo
Cálido	Amistad	Diversión
Juventud	Verano	Verano
Creatividad	Retro	Hambre
Fantasia	Realeza	Vanidad
Romanticismo	Nostalgia	Profundidad
Religión	Estilo	Melancolía
Naturaleza	Salud	Cercanía
Ecología	Crecimiento	Calma
Frescura	Esperanza	Fertilidad
Neutralidad	Madurez	Tristeza
Conservadurismo	Inteligencia	Suciedad
Depresión	Imparcialidad	Soledad
Tierra	Rústico	Solidez
Robustez	Riqueza	Otoó
Utilidad	Masculinidad	Seriedad
Gratitud	Cariño	Suavidad
Delicadeza	Inocencia	Romance
Feminidad	Incondicionalidad	

— LA TIPOGRAFÍA

Serif

Times New Roman

Palatino

Book Antigua

Garamond

SONY



Sans Serif

Arial

Helvética

Verdana

Tahoma



CHANEL

– LA TIPOGRAFÍA

Caligráficas

Brush Script

Sweet Pea

Ananda

Kaufmann Script

Cadillac[®]

Coca-Cola[™]

Moderna

Moon

Ailerons

ELIANTO

Aquatico



– LA TIPOGRAFÍA

Caligráficas

Brush Script

Sweet Pea

Ananda

Kaufmann Script

Cadillac[®]

Coca-Cola[™]

Moderna

Moon

Ailerons

ELIANTO

Aquatico



– LA TIPOGRAFÍA

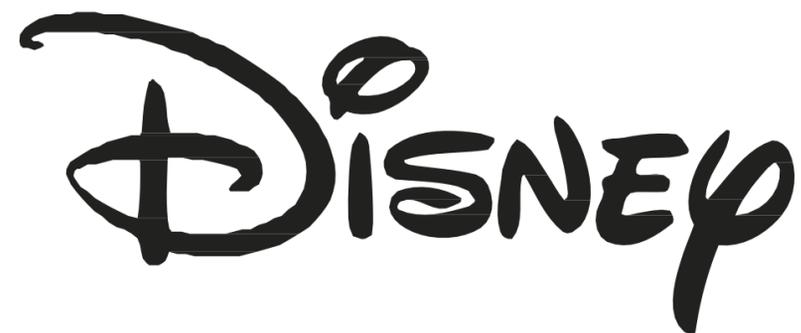
Decorativa

Delius Swash

Her culanum

Lovelo

Circus

The word "Disney" is written in a highly decorative, handwritten-style font. The letter 'D' is large and features a prominent, sweeping flourish that extends upwards and to the left. The remaining letters are smaller and more compact, with some decorative elements like a small loop on the 'i' and a sharp, pointed tail on the 'y'.

– LA TIPOGRAFÍA

Decorativa

Delius Swash

Her culanum

Lovelo

Circus

Disney

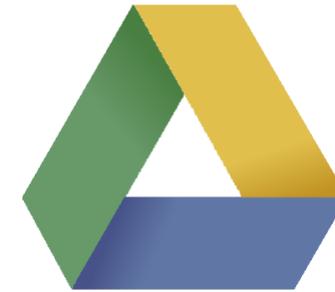
MAYÚSCULAS
minúsculas

Rectas
Cursiva

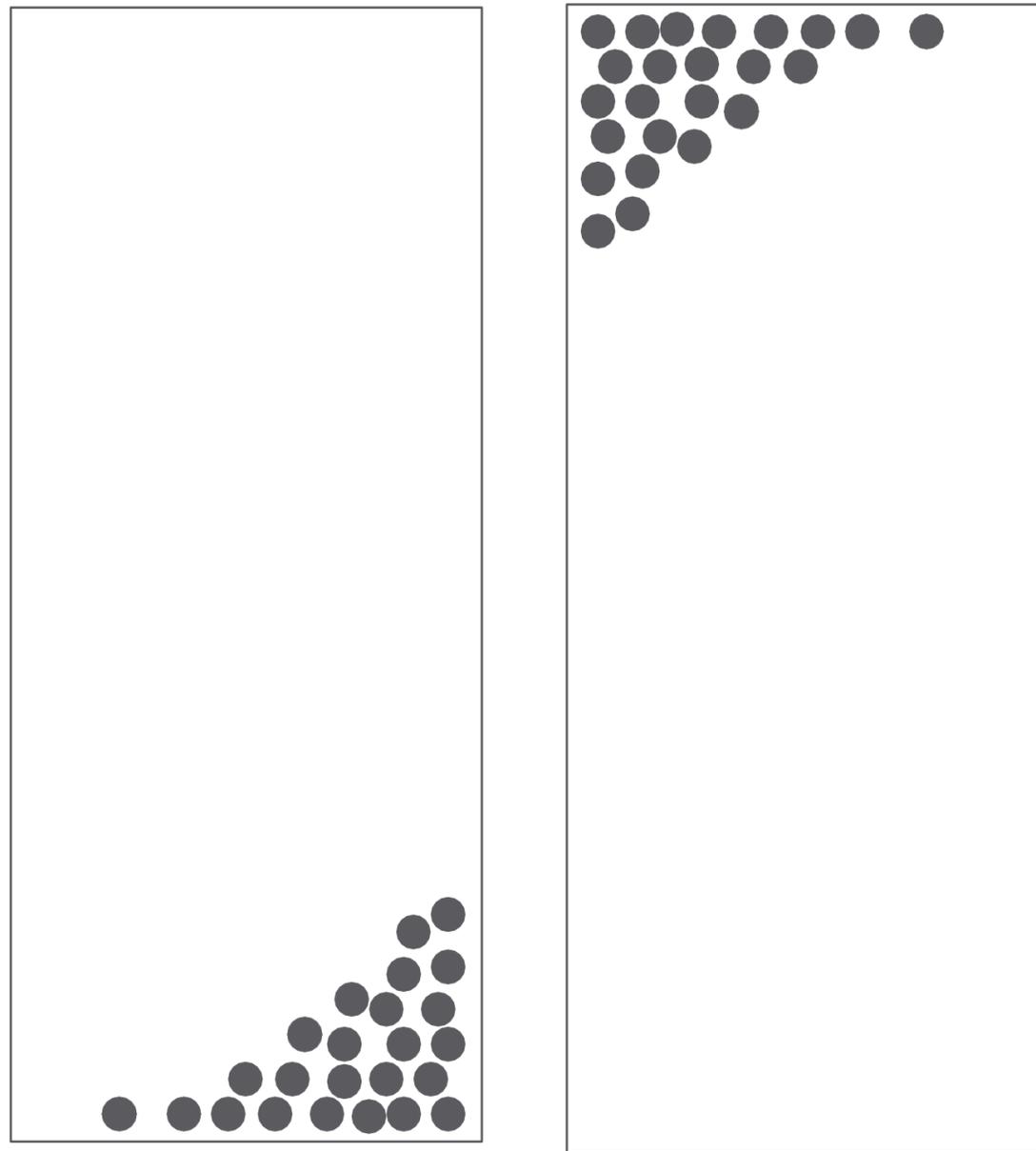
Gruesas
Finas

Terminación recta
Terminación curva

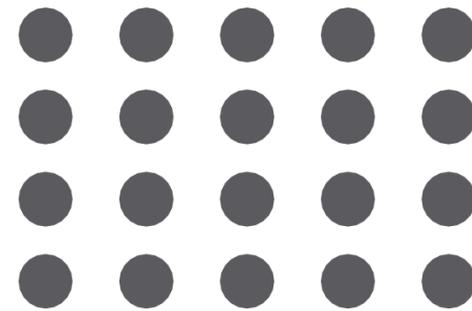
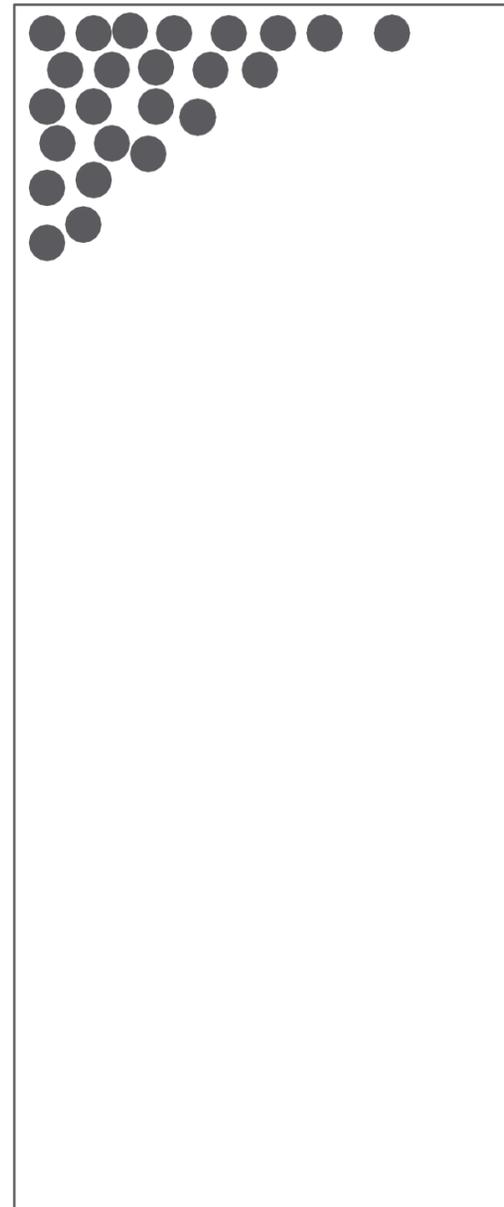
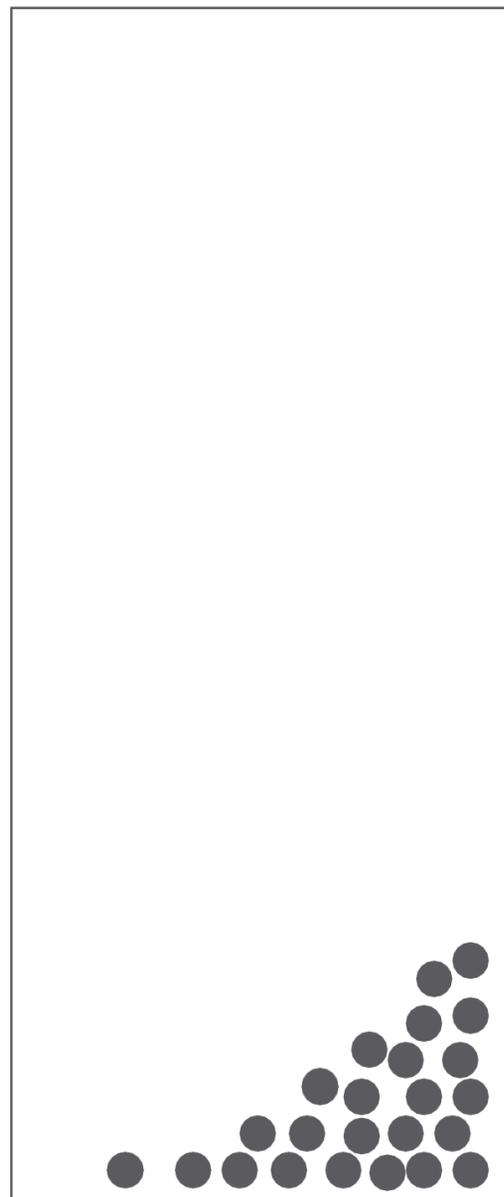
— LAS FORMAS



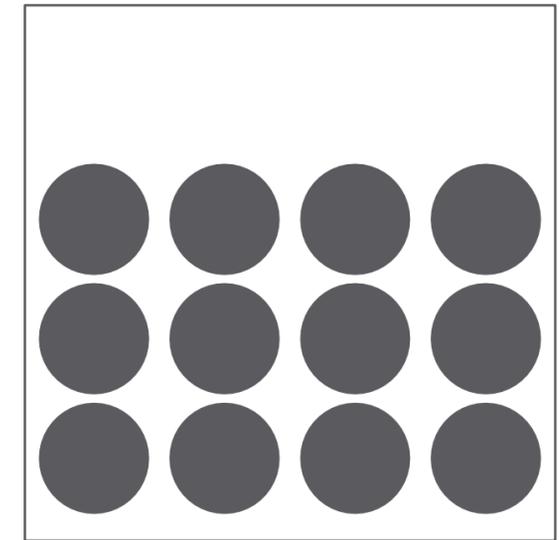
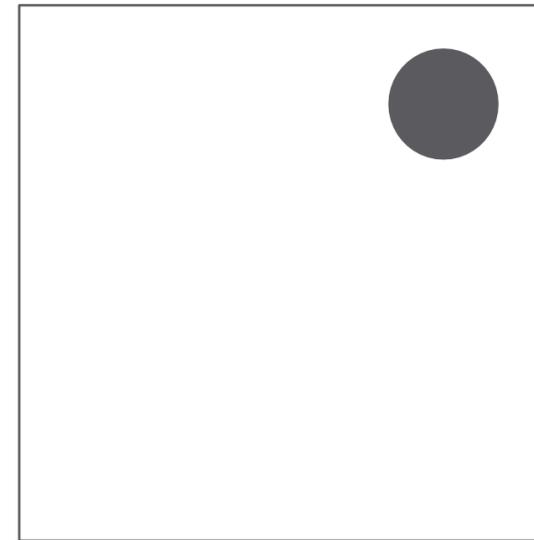
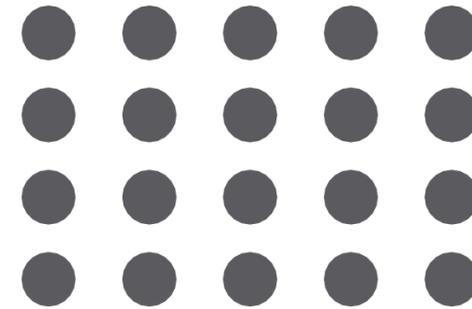
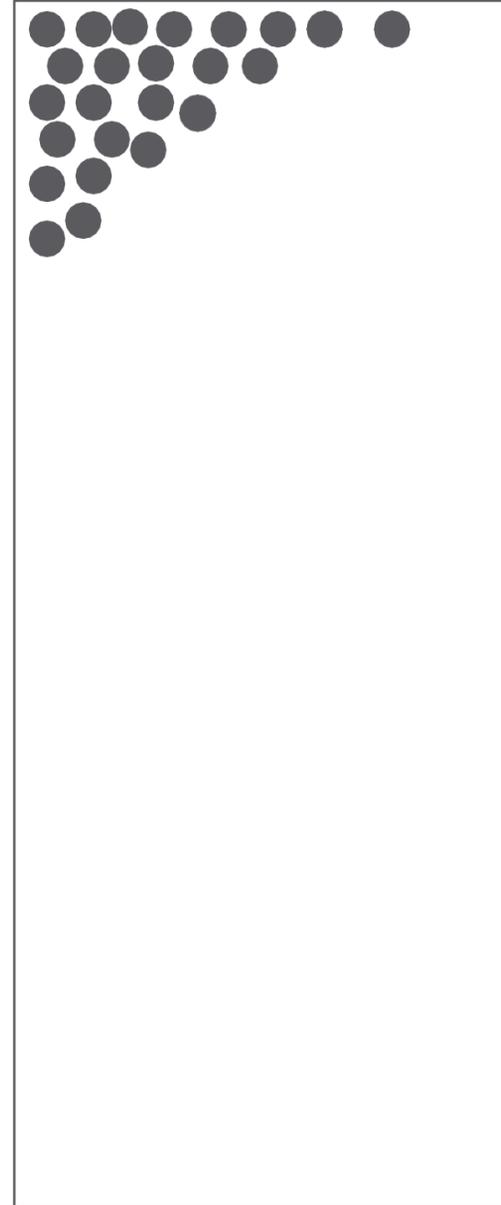
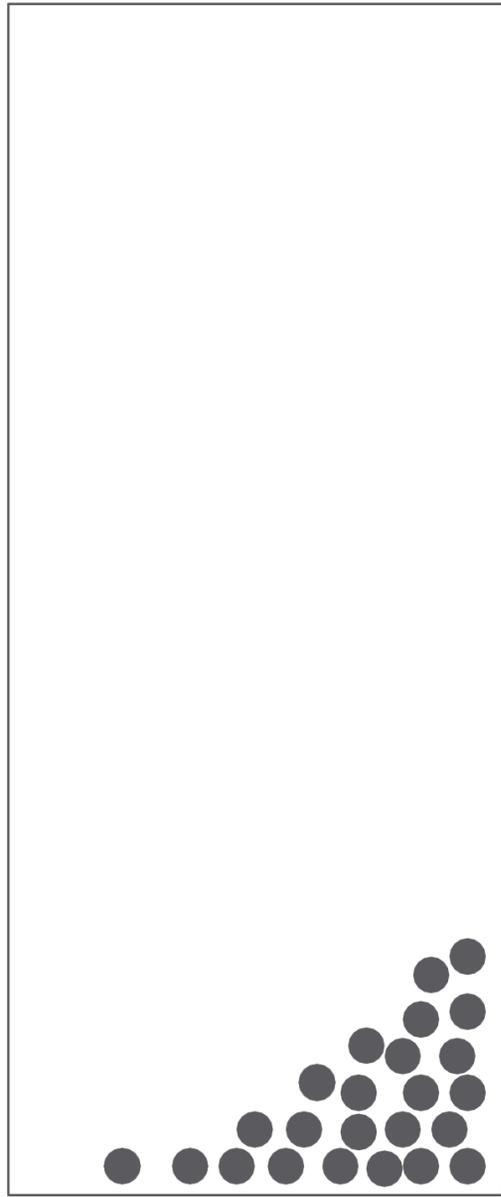
— LA COMPOSICIÓN



— LA COMPOSICIÓN



— LA COMPOSICIÓN



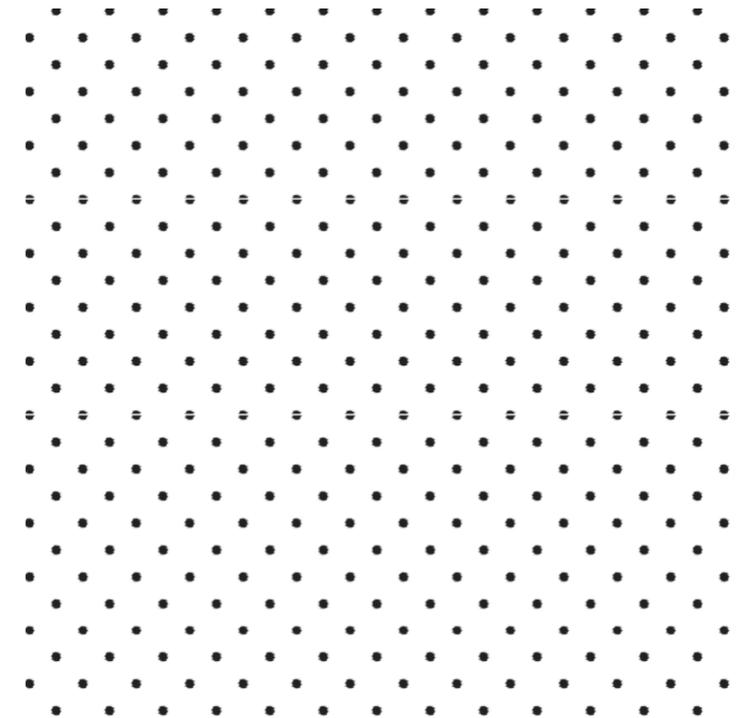
– OTROS ELEMENTOS



^
IMÁGENES



^
ILUSTRACIONES



^
TEXTURAS



 CASOS



DESDE 1904

Cruzcampo®

A NEW LOOK FOR AN OLD FRIEND

GETTING BACK IN TOUCH WITH OUR AUDIENCE TO REAFFIRM CRUZCAMPO'S PLACE AS A RELEVANT BRAND WITH QUALITY, FLAVOURFUL BEERS.



1926

1992

1996

1998



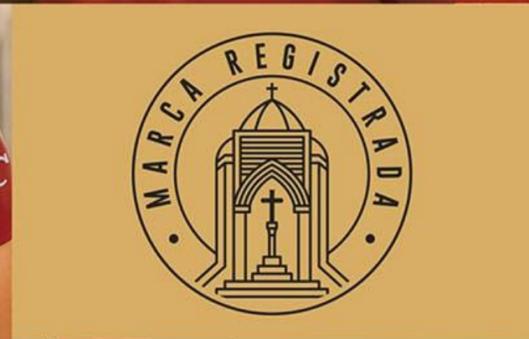
2005



2009



2018



Już jest!
Nowa Fanta!

Więcej soku

LEPSZY
SMAK



Naturalne
aromaty
Bez konserwantów

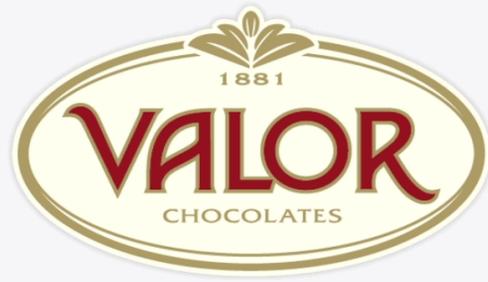


INDITEX

Sobriedad y discreción
Potencia y creatividad



BEFORE



0% Azúcares añadidos



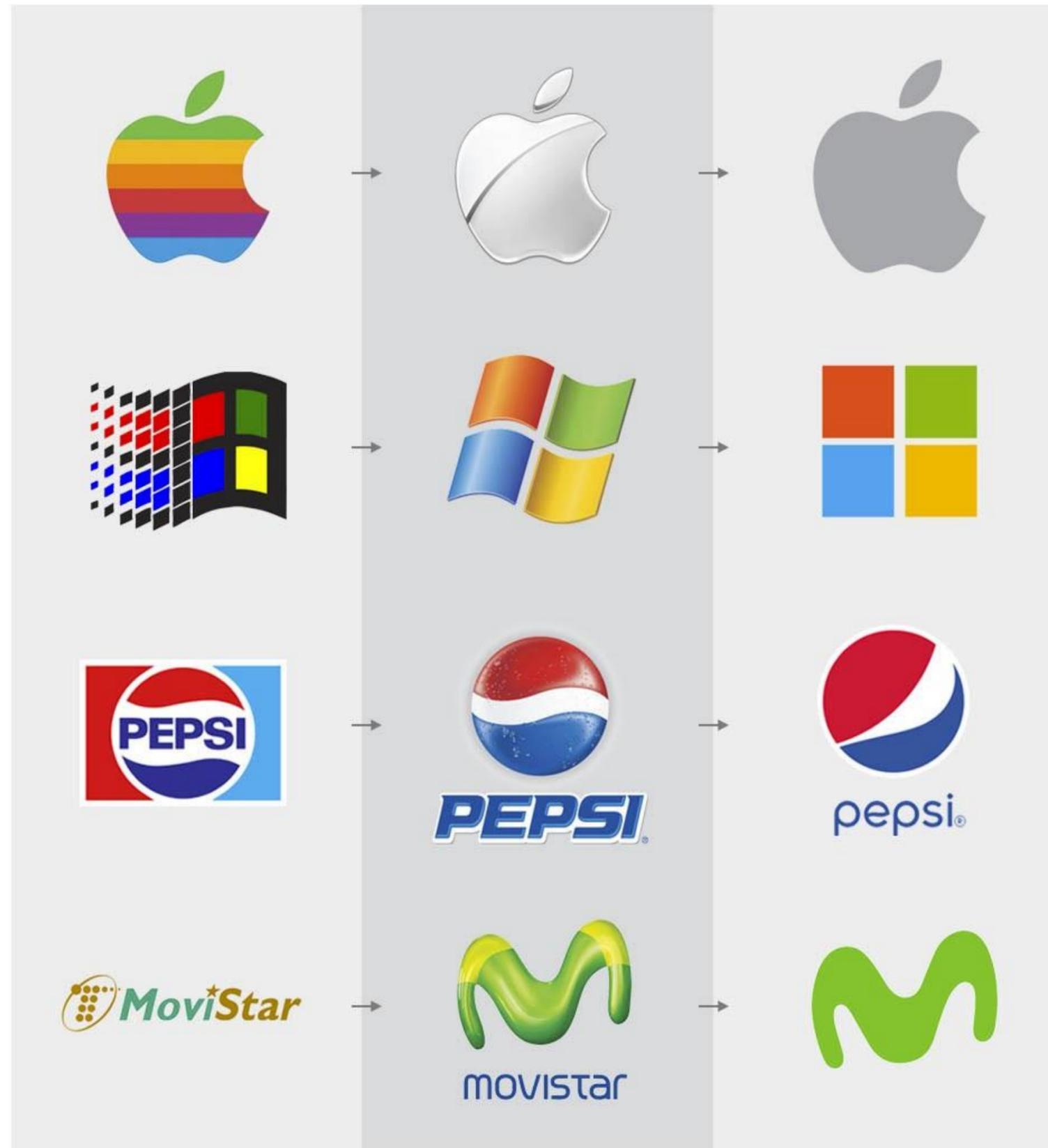
Postres



1970-2000

2000-2010

Ahora





ALGUNAS TENDENCIAS

- 1** La mujer como protagonista
- 2** El propósito de empresa como elemento de cambio.
- 3** Colores vibrantes menos monocromáticos: el verde agua va en picado.
- 4** B4ALL: No solo importa el cliente, el proveedor también. Accionista y la sociedad, ambos te "juzgan".
- 5** Marcas CLEAN: productos CLEAN. Solo contienen lo que de verdad importa
- 6** EXOGÁMICOS: definirnos desde la óptica de quien observa.
- 7** "YO" y "NOSOTROS": Las marcas conectan nuestros intereses con los de los demás.
- 8** CAMBIOS RÁPIDOS: modelo de gestión dinámico y necesidad de adaptarse al cambio.
- 9** ECONOMIA CIRCULAR.
- 10** De MPViable a MPCompetitivo

^ AHORA VUESTRAS MARCAS



ISABEL IBOR

escucho. observo. siento > DISEÑO

www.isabelibor.com

isabel@isabelibor.com

 [@isabelibor_diseno](https://www.instagram.com/isabelibor_diseno)