



the brand experience

un manual pro para el branding, encontrar tu esencia y construir una marca que genere un impacto y una relación con tus clientes

parte 5
diseñando la marca

 fabipaolini.com
branding + design

parte 5 diseñando la marca



Ahora que hemos determinado toda la teoría detrás de una marca, viene la parte más divertida de The Brand Experience: ¡diseñar la marca! Quieres hacer un punto de infundir a tu marca con el sentimiento detrás de toda la teoría de la cual hablamos previamente, asegurando que tu esencia se capte en la imagen visual de tu marca.

diseñando un **logotipo** [Un logotipo es un símbolo o diseño que representa una marca u organización. Es una marca visual que identifica tu producto o servicio.]

qué hace
grande
a un logo



Un logotipo puede cubrir un gran rango de significado. Algunos literalmente ilustran un producto o servicio, otro lo hacen de manera simbólica buscando representar las ideas y misión detrás de la marca, y otros buscan capturar el espíritu o sentimiento detrás de ella. El estilo visual de los elementos que conforman la marca ayudan a definir su identidad. Ponerlos todos juntos determina la voz, comunicación y personalidad de tu marca.

look + feel

Look and feel es el idioma visual que hace una marca y expresa su punto de vista. Es un sistema basado en color, tipografía, imágenes, símbolos y composición que hacen a una marca cohesiva y diferenciada. Es sobre todos los elementos que son parte del logotipo e imágenes utilizadas por la marca. Es muy importante ser consistente en todos los lugares en donde el público se encuentra con tu marca y que esos elementos sean mostrados de manera coherente en cada lugar. Esto debe tomarse en cuenta en el empaque, tarjetas de presentación, página web, redes sociales y experiencias de marca. Cuando estos elementos son utilizados de forma consistente, puedes construir reconocimiento y equidad de marca.



parte 5 diseñando la marca color

El color es uno de los aspectos más importantes al determinar el color del logotipo y puede evocar ciertos sentimientos. Usar tu arquetipo de marca puede ayudar para escoger la paleta correcta para tu marca.



emociones fuertes - apetito - pasión - intensidad - amor - energía - acción
sube el ritmo cardíaco - estimula el apetito - crea urgencia

Coca-Cola NETFLIX



amor - sexualidad - dulce - cálido - nutrir - femenino
asociado con rasgos femeninos - juventud vibrante

Barbie VICTORIA'S SECRET



feliz - asequible - sociable - cálido - amigable - jugueteón
llama a la acción - representa una marca segura - comprador compulsivo

nick amazon.com



lógico - progresivo - alegre - seguro - vivo optimista
muestra claridad - representa optimismo - compradores de ventana

McDonald's **IKEA**



crecimiento - cuidadoso - orgánico - fresco - natural - tierra
usado para relajar - riqueza - salud

WHOLE FOODS MARKET



seguro - confiable - honesto - calmado - fuerte
usado en el mundo corporativo - seguridad y confianza - salud

VISA facebook



imaginativo - creativo - nostálgico - glamoroso - poder - lujo
belleza y anti-envejecimiento - usado para calmar - marca sabia

YAHOO!



s sofisticado - formal - lujo - seductor - autoridades - misterios
asociado con formalidad - audaz

BBC TIFFANY & CO.

fuentes

De la misma manera que el color, el tipo de fuente puede evocar diferentes sentimientos y reflejar ciertas características para tu marca. Cada fuente tiene potencial ilimitado si es usada de la manera correcta.

tipos de
fuentes y
sentimientos



cosas a tomar en cuenta

Combinación
DE FUENTES

Número de
FUENTES USADAS

Espacio de
LETRAS

Peso de
FUENTE

capitalización



parte 5 diseñando la marca

Branding digital es uno de los elementos claves para tomar en cuenta en el día de hoy. Todo ocurre online y tu marca debe estar ahí también, asegurándote que su look and feel sea mantenido en su aplicación digital. Tener una página web es uno de los elementos más importantes y necesarios. Es una inversión que traerá más equidad a tu marca y una oportunidad de tener más engagement con tu audiencia.

razones para tener una página web



¿qué hace una página web gran?

1

propósito: como siempre, es sobre el usuario final. toma en consideración lo que quieres que hagan en tu página y como quieres que la naveguen. metas de página, necesidades de la audiencia, mensajes clave y personalidad debe ser considerados

2

un gran diseo que hes hermoso y hace la página simple y memorable a la vez. una paleta de colores bien pensadas que resalten la experiencia. balance y armonía. tipografías fáciles de leer online

3

navegación simple que sea amigabl y sencilla para la gente moverse alrededor de tu página. una buena estructura que la hagan fácil de entender. balance en la forma que los elementos están posicionado buscando estructura

4

integración son redes sociales, search engine optimization (seo), que ayudarn a tiu página tener más visibilidad. una página adaptable a tecnología móvil que permita que la gente la visite desde su celular

redes sociales



El mercadeo de redes sociales es clave para incrementar el reconocimiento de tu marca y su visibilidad. Utiliza las redes sociales para tomar ventaja de otros canales que impulsarán tu voz y conenido. Las marcas que interactúan y utilizan las redes sociales tienen más engagemente y lealtad de sus clientes y oportunidades de lograr ventas. Por supuesto debe tener el look and feel de tu marca.