PRESENTACION DE MARCA



[NOMBRE DE LA MARCA]

Elegir la identidad visual correcta puede parecer facil...pero:

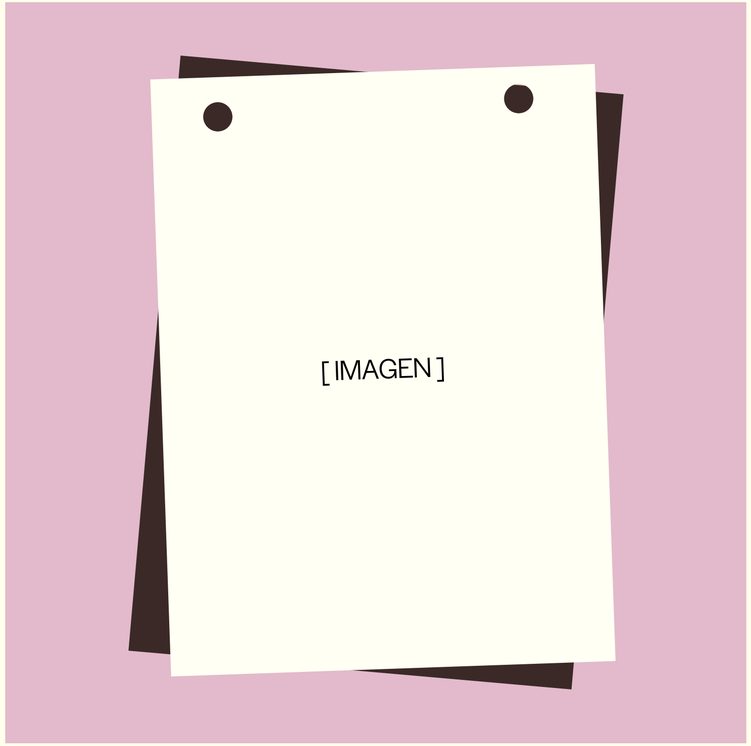
[01] Evita tener en mente un estilo en específico para la marca.
Enfócate en lo que esta transmite y si está comunicando el mensaje correcto.

[02] El diseño es una parte fundamental de una marca y si este se alinea con su personalidad, valores y propósito, mejor será el resultado.

[03] Ten en cuenta que una marca se construye para un público en específico y no para nosotros mismos. Es por esto, que analizamos este público y entendemos sus preferencias para así lograr atraerlos a través del diseño correcto.

[04] Cada propuesta fue cuidadosamente creada para funcionar en cualquier medio digital o impreso sin perder legibilidad. Cualquier cambio o un mal uso de sus elementos puede afectar esto.

DIRECCIÓN VISUAL



SOBRE LA MARCA * MOODBOARD * PALABRAS CLAVE

1.1

SOBRE LA MARCA

[Reemplazá con una descripción breve y poderosa sobre la marca del cliente: qué hace, cómo lo hace y qué la hace diferente. 2-3 oraciones máximo.]

1.2

/ MOODBOARD

[IMAGEN]

[PALABRA CLAVE]

[IMAGEN]

[PALABRA CLAVE]

[PALABRA CLAVE]

[IMAGEN]

[IMAGEN]

[PALABRA CLAVE]

[PALABRA CLAVE]

[IMAGEN]

NUESTRA ESENCIA

1.3

[PALABRA CLAVE]

[IMAGEN]

[PALABRA CLAVE]

[PALABRA CLAVE]

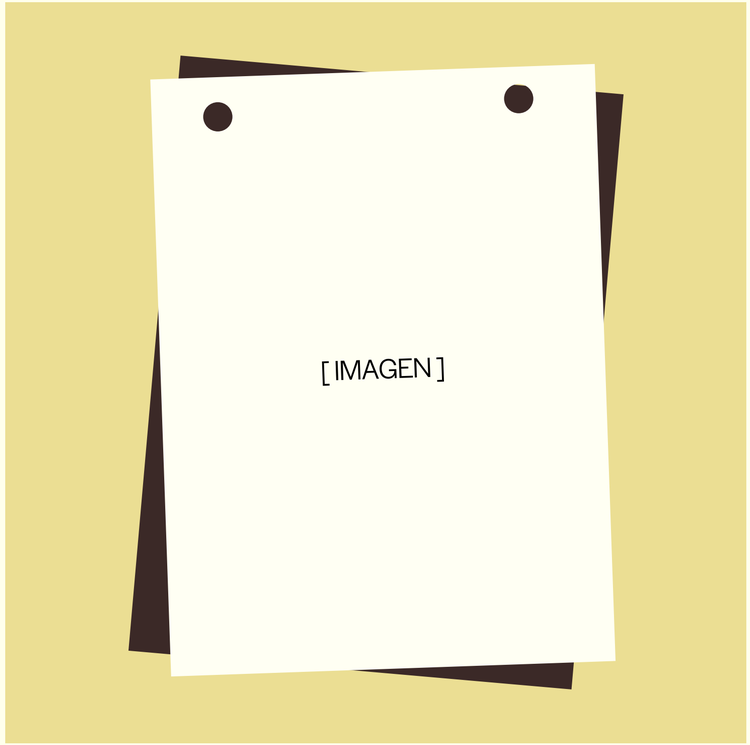
[IMAGEN]

[PALABRA CLAVE]

[PALABRA CLAVE]

[IMAGEN]

IDENTIDAD VISUAL



PROPUESTA A * PROPUESTA B

PROPUESTA A: [NOMBRE DE LA PROPUESTA]

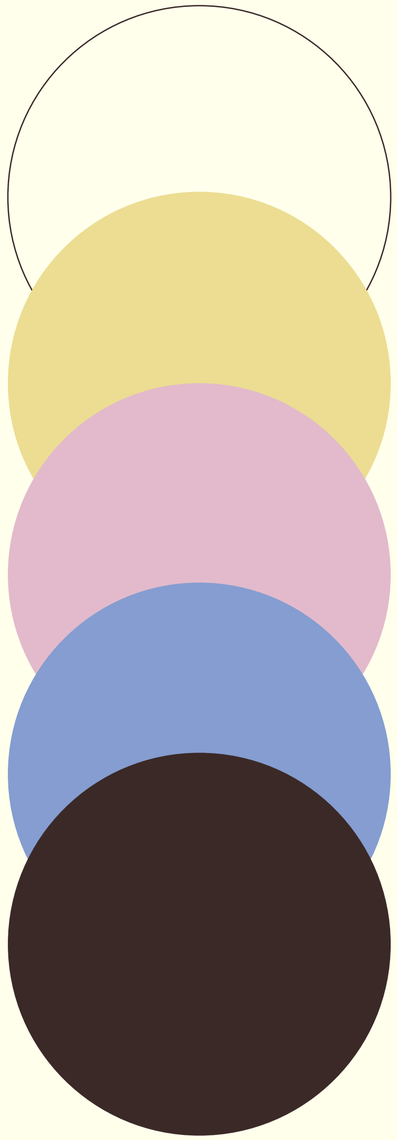
Una marca es más que un simple logo,
es la identidad que se verá reflejada en
todo tu universo visual, desde su comunicación
hasta sus diferentes piezas gráficas.

PALABRA CLAVE	PALABRA CLAVE 2	PALABRA CLAVE 3	PALABRA CLAVE 4


LOGO ACÁ

PROPUESTA A

/ PALETA DE COLORES



[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

PROPUESTA A / LOGO PRINCIPAL

Explica aquí sobre la construcción del isotipo.
Porque se adapta a nuestra marca y en
que nos inspiramos





Escribe aquí información adicional
sobre el slogan y cómo este se
alinea con nuestra esencia.

Se tomaron decisiones de diseño con el fin
de transmitir la escencia de la marca.
El logo principal debera ser usado la mayor
parte del tiempo para generar reconocimiento.

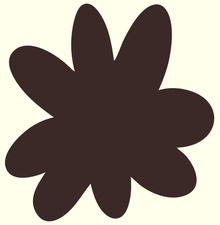


Explica por qué elegiste esta
tipografía y cómo ayuda a transmitir
el valor de su marca.

PROPUESTA A

/ LOGO SECUNDARIO + SIMBOLO

SÍMBOLO



LOGO SECUNDARIO

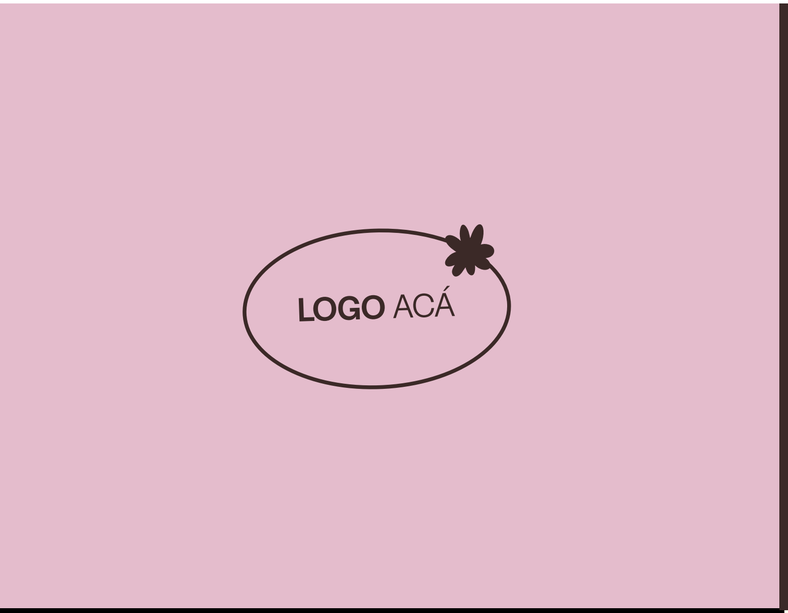
LOGO ACÁ

Se utilizaran para los formatos en
donde el logo princiapl no se adapte
a lo solicitado.

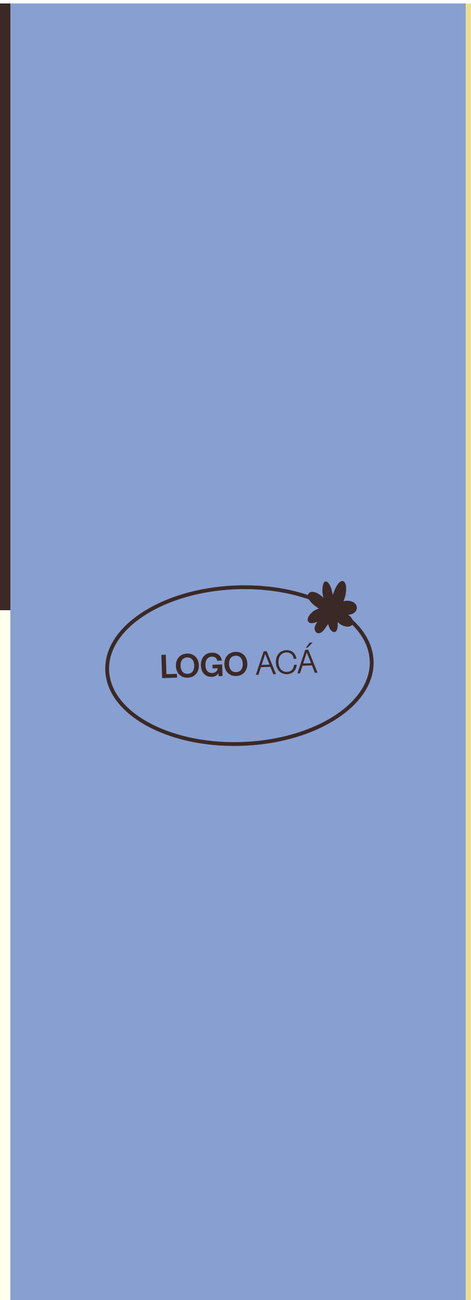
Explica brevemente que decisiones
tomaste para esta propuesta presentada.

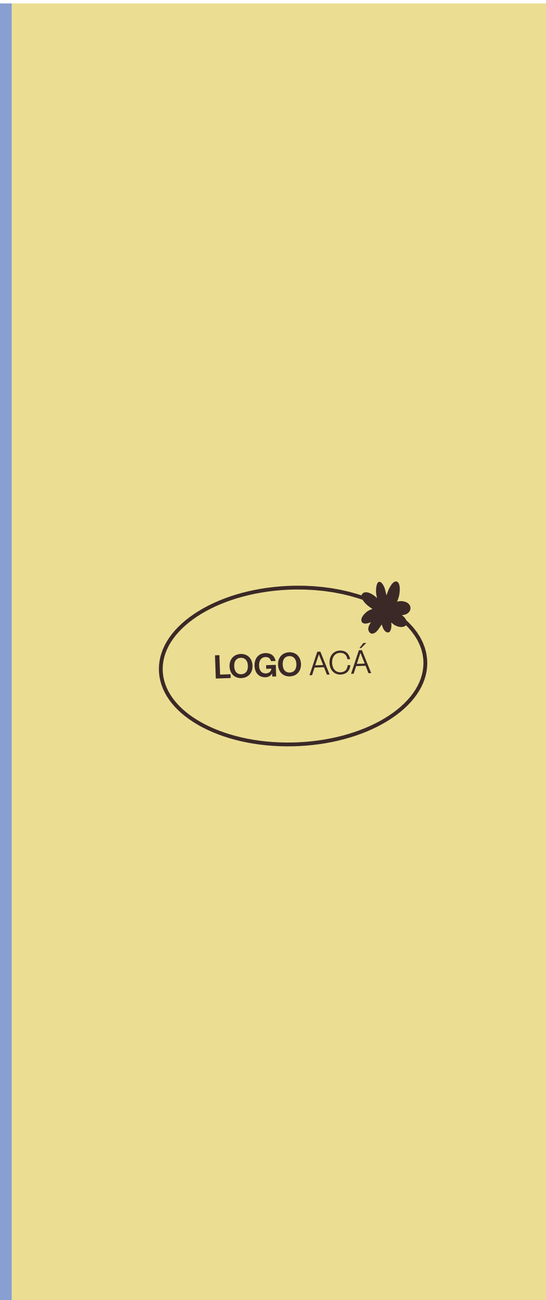
PROPUESTA A

/ APLICACION CROMATICA

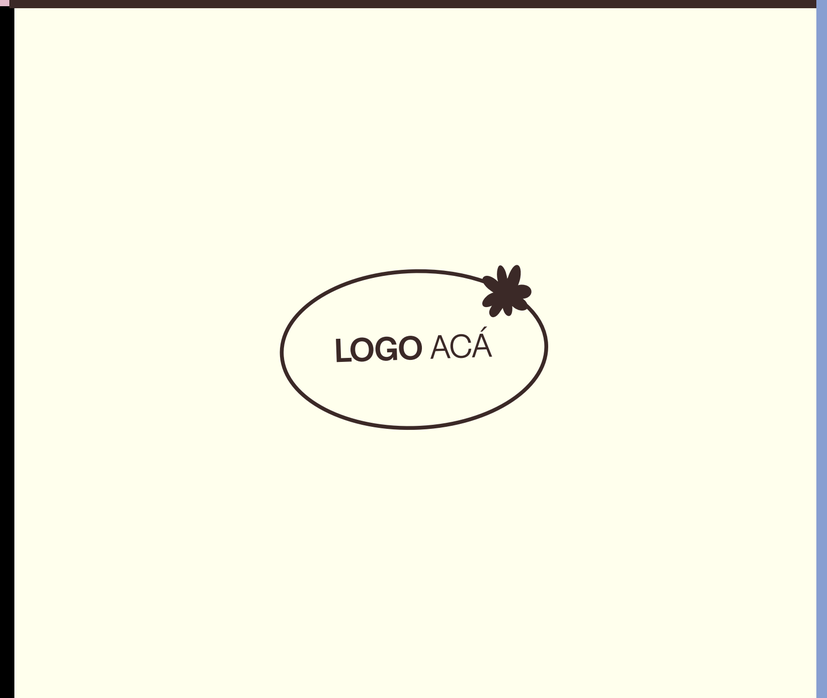












PROPUESTA A

/ JERARQUIA TIPOGRAFICA

/ TÍTULOS [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[TITULO]

/ SUB-TITULO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[SUB-TITULO]

/ CUERPO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[Escribir aca el cuerpo de texto]

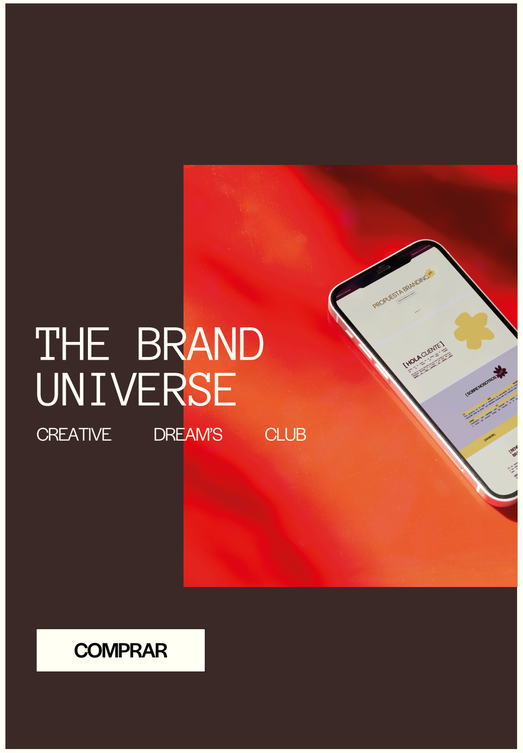
/ BOTONES / TEXTO ESPECIAL [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[TEXTO]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]


NEW DROP
CREATIVE DREAM'S CLUB
VER MÁS
Objetos pensados para todos los que tienen un alma creativa.
Desde Pilusos, remeras, hasta cuadros que transforman tu espacio.
Piezas minimalistas que comunican tu amor por el diseño sin decir una palabra.


THE BRAND UNIVERSE
CREATIVE DREAM'S CLUB
COMPRAR


COOL THINGS
ARE COMING

[EJEMPLOS]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]

LOGO ACÁ

PROPUESTA B: [NOMBRE DE LA PROPUESTA]

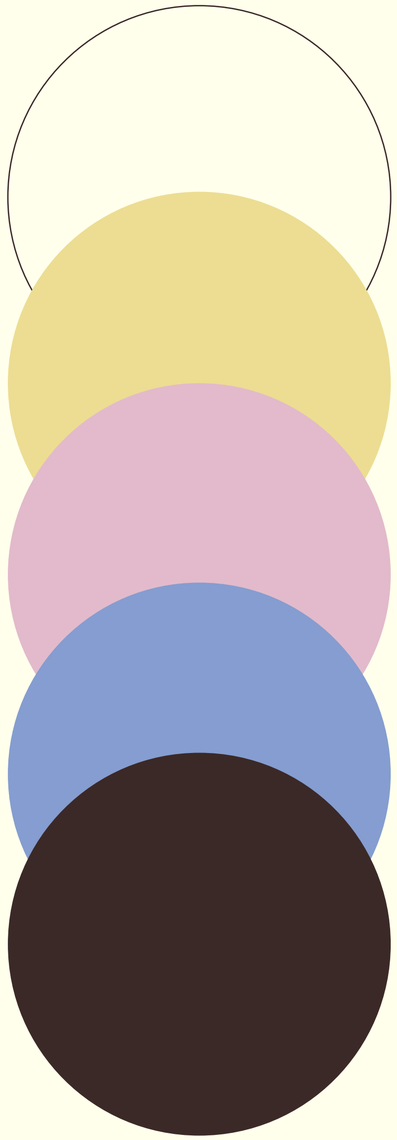
=Una marca es más que un simple logo,
es la identidad que se verá reflejada en
todo tu universo visual, desde su comunicación
hasta sus diferentes piezas gráficas.

PALABRA CLAVE	PALABRA CLAVE 2	PALABRA CLAVE 3	PALABRA CLAVE 4


LOGO ACÁ

PROPUESTA B

/ PALETA DE COLORES



[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

[NOMBRE DEL COLOR]

PROPUESTA B

/ LOGO PRINCIPAL

Explica aquí sobre la construcción del isotipo.
Porque se adapta a nuestra marca y en
que nos inspiramos





Escribe aquí información adicional
sobre el slogan y cómo este se
alinea con nuestra esencia.

Se tomaron decisiones de diseño con el fin
de transmitir la escencia de la marca.
El logo principal debera ser usado la mayor
parte del tiempo para generar reconocimiento.

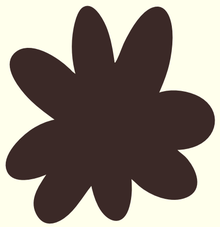


Explica por qué elegiste esta
tipografía y cómo ayuda a transmitir
el valor de su marca.

PROPUESTA B

/ LOGO SECUNDARIO + SIMBOLO

SÍMBOLO



LOGO SECUNDARIO

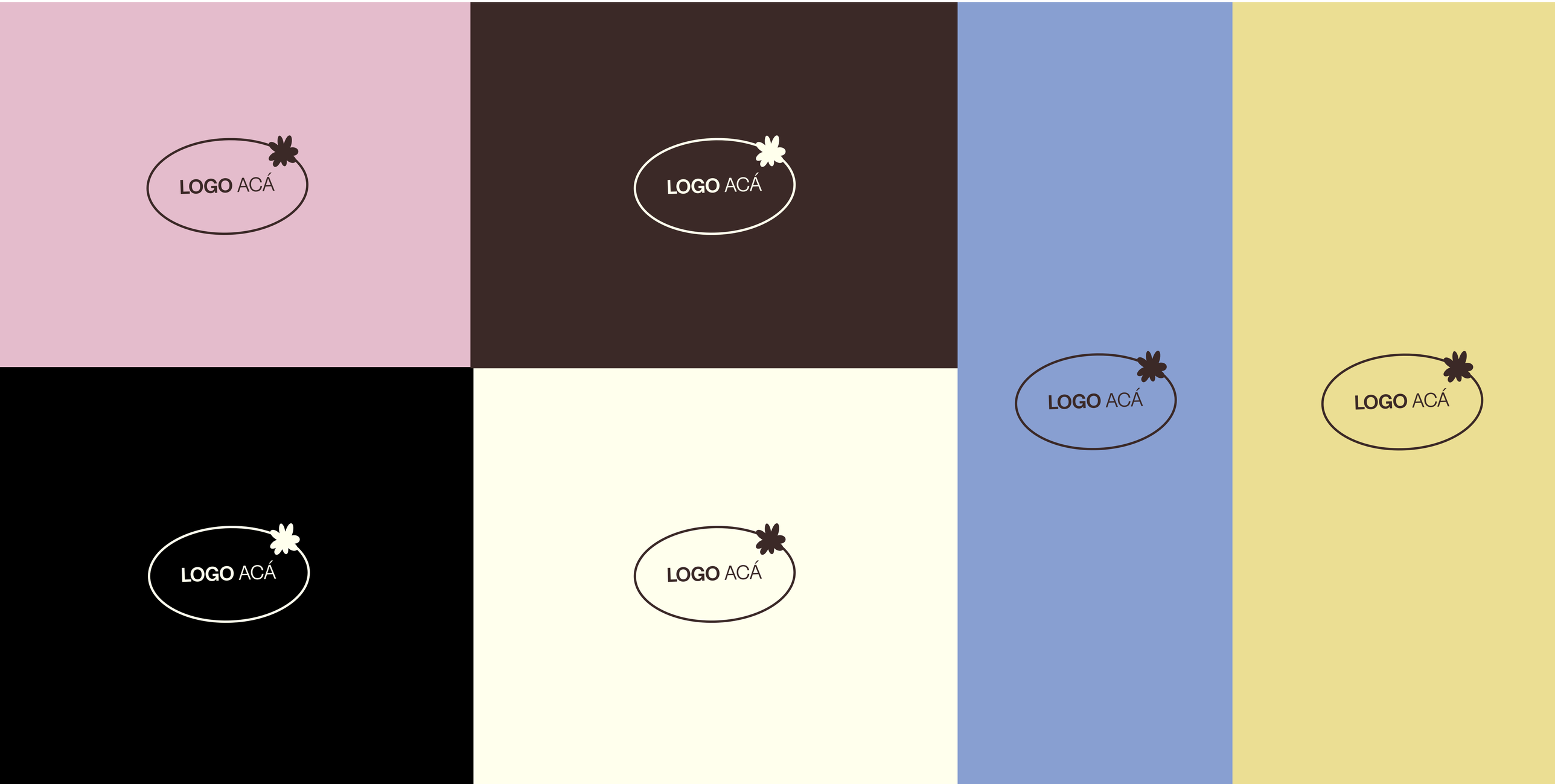
LOGO ACÁ

Se utilizaran para los formatos en donde el logo princiapl no se adapte a lo solicitado.

Explica brevemente que decisiones tomaste para esta propuesta presentada.

PROPUESTA B

/ APLICACION CROMATICA



PROPUESTA B

/ JERARQUIA TIPOGRAFICA

/ TÍTULOS [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[TITULO]

/ SUB-TITULO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[SUB-TITULO]

/ CUERPO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[Escribir aca el cuerpo de texto]

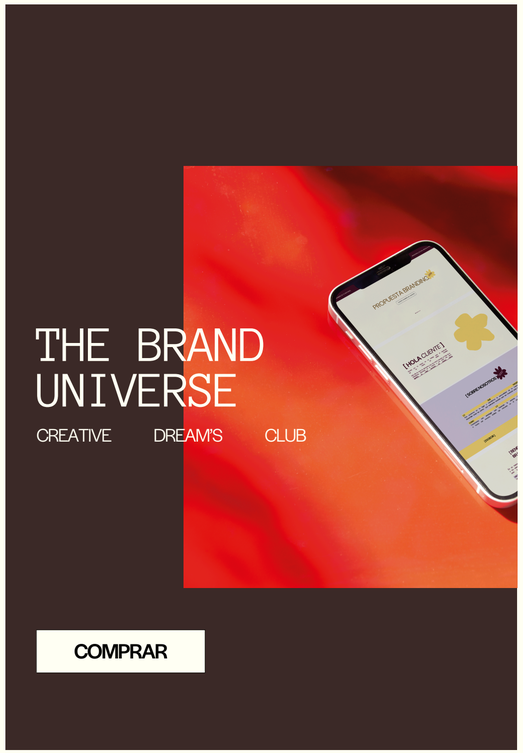
/ BOTONES / TEXTO ESPECIAL [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA]

[TEXTO]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]


NEW DROP
CREATIVE DREAM'S CLUB
VER MÁS
Objetos pensados para todos los que tienen un alma creativa.
Desde Pilusos, remeras, hasta cuadros que transforman tu espacio.
Piezas minimalistas que comunican tu amor por el diseño sin decir una palabra.


THE BRAND UNIVERSE
CREATIVE DREAM'S CLUB
COMPRAR


COOL THINGS
ARE COMING

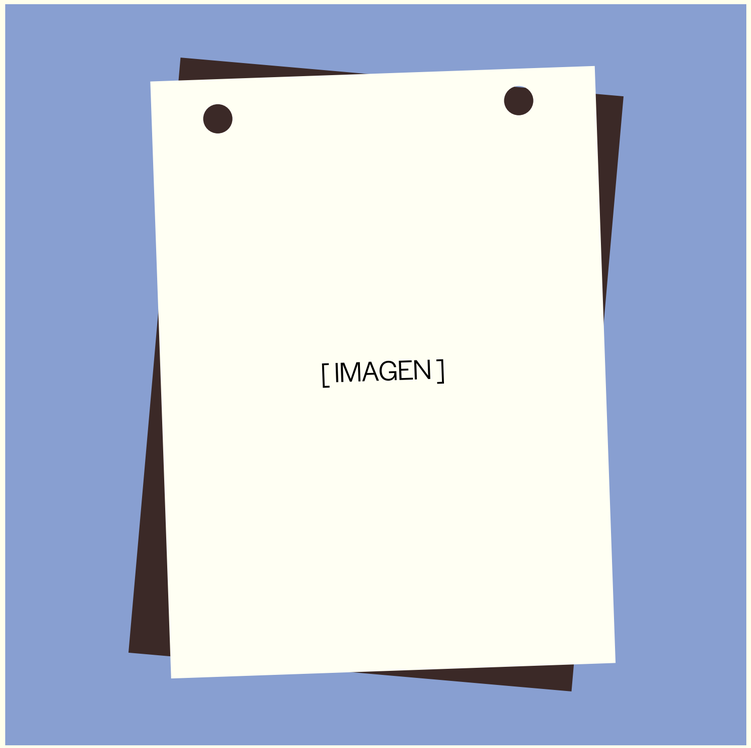
[EJEMPLOS]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]

[MOCKUP: APLICACION
DE MARCA]

LOGO ACÁ

COMPARACIÓN

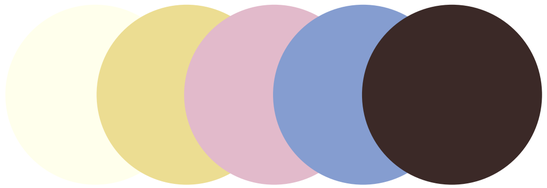


PROPUESTA A * PROPUESTA B

PROPUESTA A

LOGO ACÁ

PALETA DE COLOR



TIPOGRAFÍAS

/ TÍTULOS [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [TITULO]

/ SUB-TITULO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [SUB-TITULO]

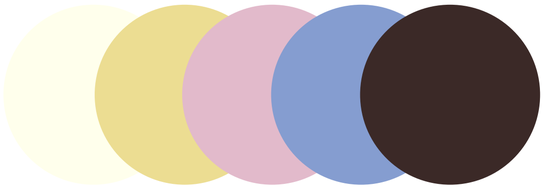
/ CUERPO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [Escribir aca el cuerpo de texto]

/ BOTONES / TEXTO ESPECIAL [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [TEXTO]

PROPUESTA B

LOGO ACÁ

PALETA DE COLOR



TIPOGRAFÍAS

/ TÍTULOS [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [TITULO]

/ SUB-TITULO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [SUB-TITULO]

/ CUERPO [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [Escribir aca el cuerpo de texto]

/ BOTONES / TEXTO ESPECIAL [ESCRIBIR NOMBRE DE LA TIPOGRAFIA] [TEXTO]

ESTAS PREGUNTAS TE AYUDARAN A DAR UN MEJOR FEEDBACK

¿LA IDENTIDAD SE ALINEA AL PUBLICO AL QUE APUNTAMOS?

¿QUE PROPUESTA SEA ALINEA CON LO QUE QUEREMOS TRANSMITIR?

¿ESTA PROPUESTA ES COHERENTE SEGUN EL MERCADO?

¿HAY ALGUN ELEMENTO QUE NO COINCIDA? ¿CÚAL SI?

[NOMBRE DEL ESTUDIO] **TIPS**:
Evitá basarte en gustos personales y **buscá una objetividad de lo que funcionaria para tu marca**

LOGO ACÁ

¡GRACIAS!

El material aquí creado por [NOMBRE DEL ESTUDIO] podrá ser usado únicamente una vez se realice el pago íntegro de los servicios contratados.