

Manual de identidad corporativa

Noviembre 2014

InfoJobs
Let's work!

Índice

1. Nuestra marca

página 3

- Qué es InfoJobs
- Historia de la marca
- Misión
- Visión
- Valores
- Tono y estilo
- Concepto creativo “Let’s Work!”

2. Nuestra identidad visual

página 14

- Logotipo principal
- Logotipo en negativo
- Logotipo en blanco y negro
- Área de protección
- Variante abreviada

3. Elementos básicos

página 20

- Paleta de colores
- Tipografía
- Iconografía
- Uso de las fotografías

4. Ejemplos de aplicación

página 33

- Piezas de comunicación
- Producto display
- Comunicaciones por email

1. Nuestra marca

¿Qué encontraré aquí?

- Qué es InfoJobs
- Historia de la marca
- Misión
- Visión
- Valores de marca
- Tono y estilo
- Concepto creativo “Let’s Work!”

Intro

¿Qué es?

Este manual es una guía para implementar la marca InfoJobs de una manera correcta y coherente. Trata de dar una visión general sobre qué es InfoJobs y cómo se expresa visualmente.

Puntos clave

Los puntos esenciales que se van a tratar en este manual y que nos ayudarán a transmitir el concepto “Let’s work!” son:

- Integración del Let’s work! con la marca
- Nueva tipografía corporativa
- Nuevos colores
- Nuevo estilo de fotos
- Nuevos elementos gráficos

Detrás de cada una de las propuestas que veremos a continuación hay dos intenciones claras:

- Dotar a la marca de una personalidad sólida.
- Dar más protagonismo a las personas.

Buscamos la simplicidad para establecer una comunicación clara y directa. Por otro lado, buscamos que las personas se sientan reflejadas y se identifiquen.

Hola, somos InfoJobs!

El punto de encuentro entre las empresas que buscan talento y las personas que buscan oportunidades profesionales.

Nuestro trabajo es ayudar a que las personas encuentren el suyo.

De manera fácil y eficiente.

Creemos en actitudes que abren puertas y oportunidades.

Si alguien quiere mejorar este es el mejor lugar para hacerlo.

Cómo empezó todo

Empezamos en 1998 ayudando a que las empresas “puntocom” encontraran a profesionales especializados en nuevas tecnologías.

Fue tal el éxito en este sector, que todo tipo de compañías y profesionales quisieron sumarse a nuestra iniciativa. Hoy, más de 3,5 millones de personas al año confían en InfoJobs y nos han convertido en un referente a nivel europeo.

Desde 2009 somos parte de Schibsted Media Group, grupo de comunicación internacional con presencia en 29 países y más de 7.800 empleados que trabajan en medios de referencia y numerosos portales líderes en clasificados online en todo el mundo.

Misión

**Hacer fácil a todas las personas
encontrar el mejor empleo posible.**

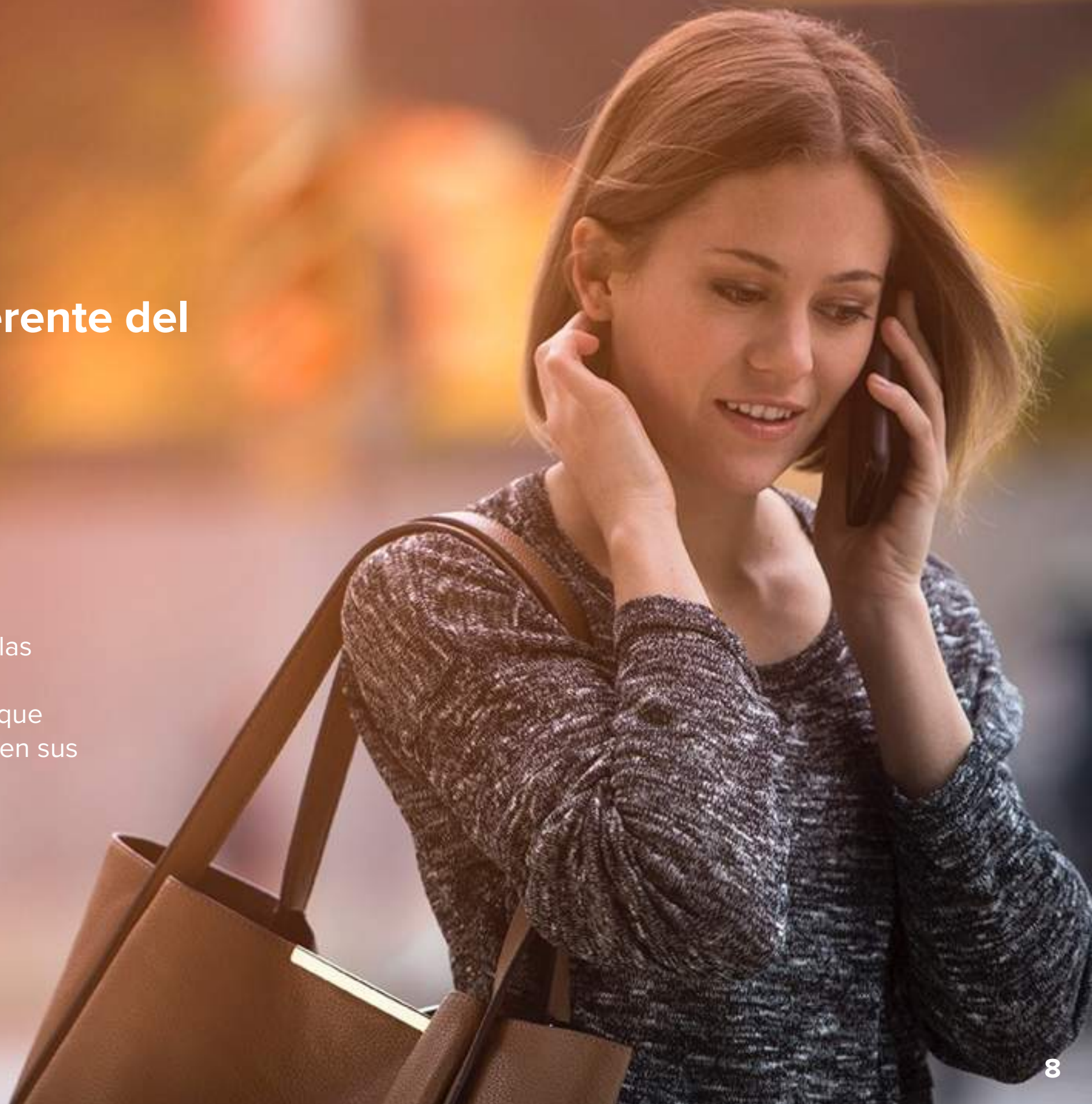
Nuestro objetivo es conectar de forma eficiente a las personas que buscan oportunidades laborales con las empresas que buscan talento.

Visión

Queremos ser el referente del empleo en España.

¿Cómo?

- Con un servicio excelente.
- Con asesoramiento cercano.
- Con atención al detalle y foco en las personas.
- Proporcionando un entorno para que profesionales y empresas optimicen sus posibilidades de éxito.



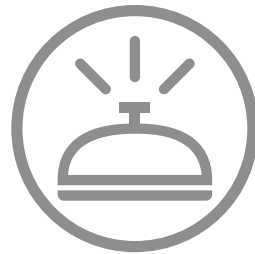
Nuestra forma de ser

¿Cuáles son los valores que definen quién somos y cómo nos relacionamos con nuestros usuarios y clientes?



Positivos

Somos optimistas a la vez que realistas. Afrontamos cualquier reto sin perder la sonrisa. Ponemos pasión, ilusión y energía en nuestro día a día. Compartimos nuestra alegría y siempre vemos el lado positivo de las cosas.



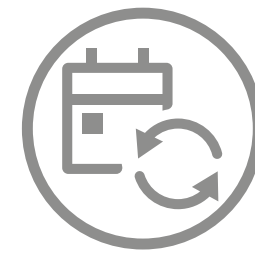
Atentos

Cuidamos a las personas, las ponemos en el centro de nuestra misión, trabajamos para ellas. Somos cercanos y siempre escuchamos. Para nosotros el feedback es una oportunidad de aprender y avanzar.



Claros

Somos transparentes. Aplicamos sentido común, coherencia y sinceridad. Nos mueve la confianza en nuestros compañeros, en nuestros recursos, en nuestras habilidades y en las personas que usan nuestros servicios.



Actuales

Somos curiosos, ambiciosos y nos gusta sorprender. Nos gusta probar cosas diferentes para avanzar y mejorar. Queremos ser los más útiles y eficaces e innovamos día a día para conseguirlo.

Cómo hablamos

Hablamos con acciones

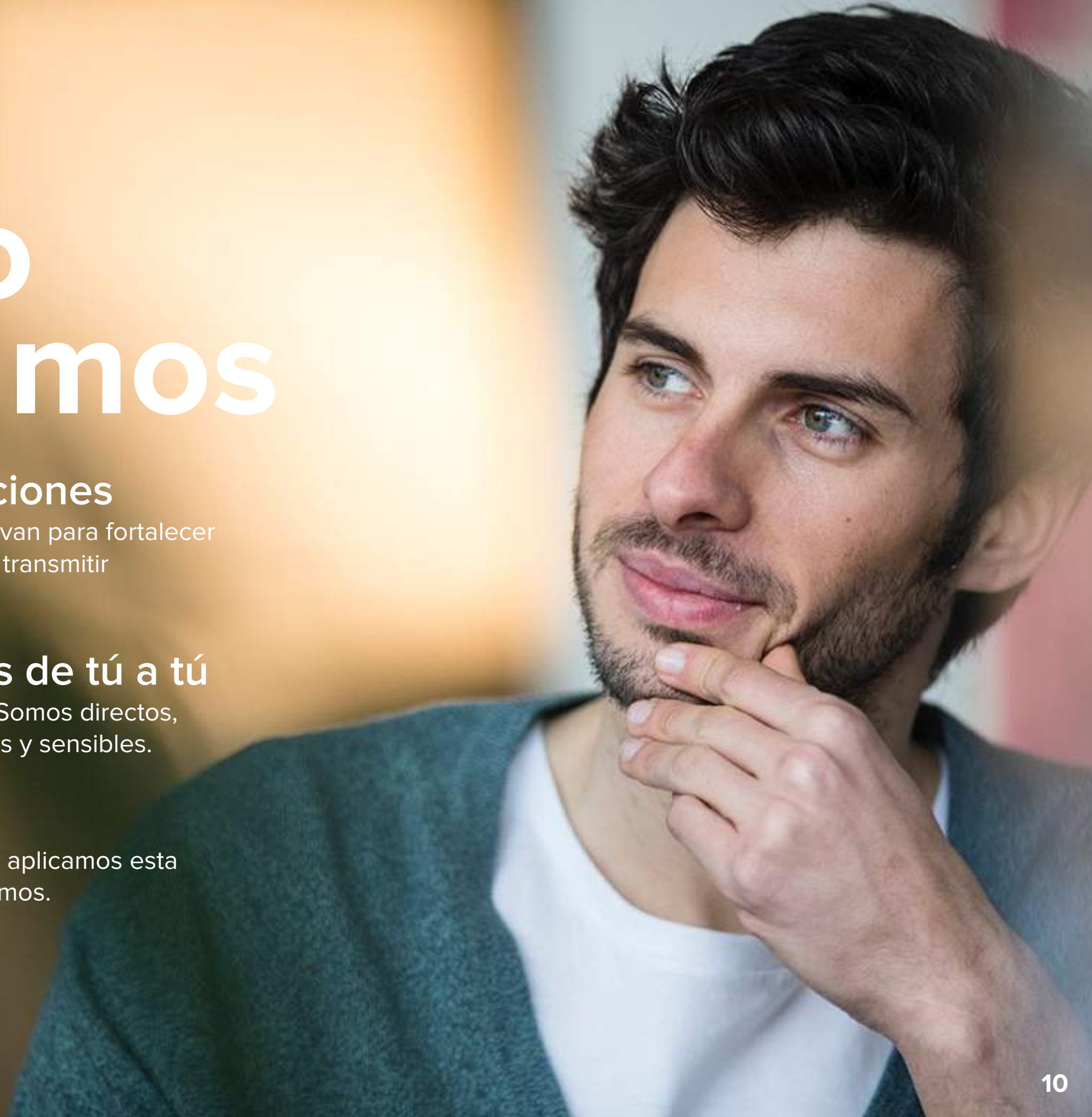
Queremos que las palabras sirvan para fortalecer vínculos, reforzar la confianza, transmitir optimismo y ayudar.

Siempre hablamos de tú a tú

No nos andamos con rodeos. Somos directos, sin olvidar que somos humanos y sensibles.

Somos precisos

Para nosotros menos es más y aplicamos esta norma en cada cosa que hacemos.



¿Qué nos define?

Ni nuestras oficinas, ni nuestro logo, ni nuestros peinados. Lo que nos hace ser quien somos es nuestra actitud.

Nuestras ganas de mejorar cada día ayudan a que otros también puedan hacerlo. Este es nuestro compromiso, ayudar a las personas a optimizar sus posibilidades.

Por eso nos encanta decir...

Let's work!

Let's work es movimiento, actividad, acción, dinamismo

Let's work es querer ir más allá, dar el salto, avanzar, progresar. También es innovar, descubrir, construir, motivar y ayudar a los que comienzan. Let's work es acompañar a los que quieren mejorar y orientar a los que buscan superarse.



2. Nuestra identidad visual

¿Qué encontraré aquí?

- Logotipo principal
- Logotipo negativo
- Logotipo blanco y negro
- Área de protección
- Variante abreviada

Logotipo principal

Pantone 285C
CMYK 90 48 0 0
RGB 33 136 194
HEX #2088C2

Pantone 354C
CMYK 100 0 100 0
RGB 0 165 80
HEX #00a550

InfoJobs
Let's work!

Logotipo en negativo

Pantone 285C
CMYK 90 48 0 0
RGB 33 136 194
HEX #2088C2

InfoJobs
Let's work!

Logotipo en blanco y negro

Pantone BlackC

CMYK 90 90 90 100

RGB 0 0 0

HEX #000000

60% Pantone BlackC

CMYK 55 45 42 7

RGB 127 127 127

HEX #7F7F7F

InfoJobs

Let's work!



Usa el logotipo en blanco y negro únicamente en aplicaciones que no admitan uso de color.

Área de protección del logotipo

Para asegurarte de que el logotipo se lee bien, debes respetar un espacio mínimo de protección que viene marcado por la altura de la letra “s”. Esto permite que no entre en competición con otros elementos, ya sean fotografías, textos o fondos.



Variante abreviada

Usa la versión abreviada del logotipo como icono únicamente en redes sociales y apps.



3. Elementos básicos

¿Qué encontraré aquí?

- Paleta de colores
- Tipografía
- Iconografía
- Uso de las fotografías

Paleta de colores

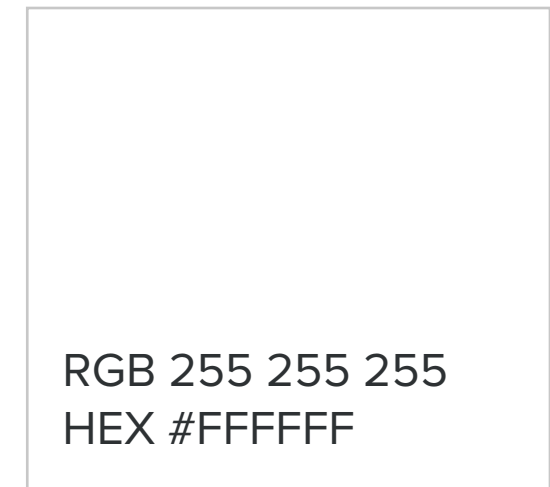
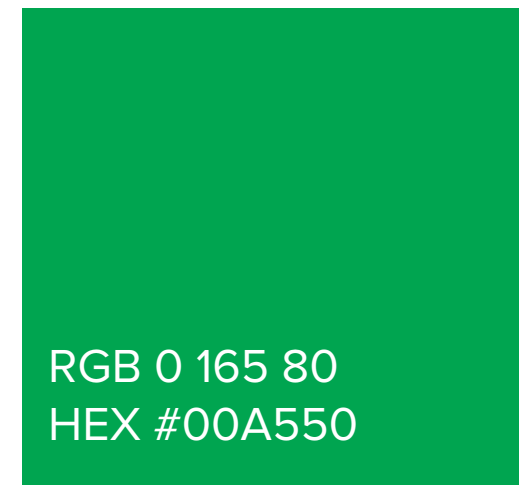
Nuestros color principal es el azul, que se complementa con el verde para darle más dinamismo. El azul es positivo y cercano, el verde transmite esperanza y dinamismo, por todo ello es perfecto para transmitir el concepto Let's work!.

El color principal debe ser el blanco, y debes usar el azul y el verde para reforzar la comunicación de la marca InfoJobs.

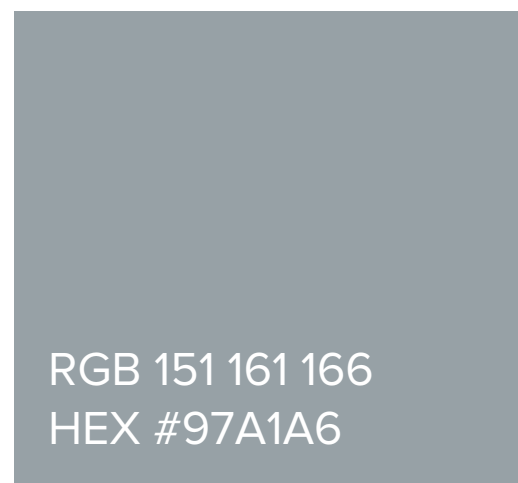
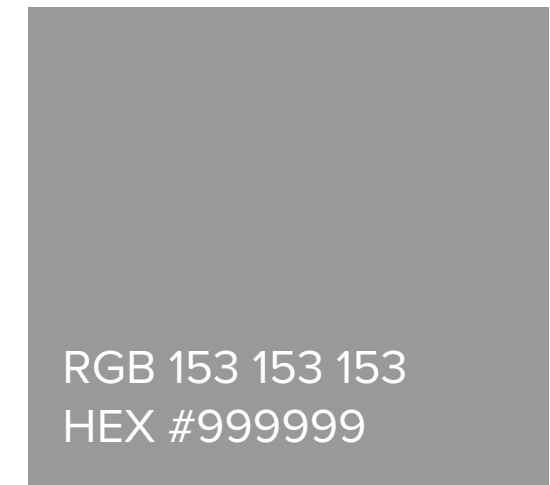
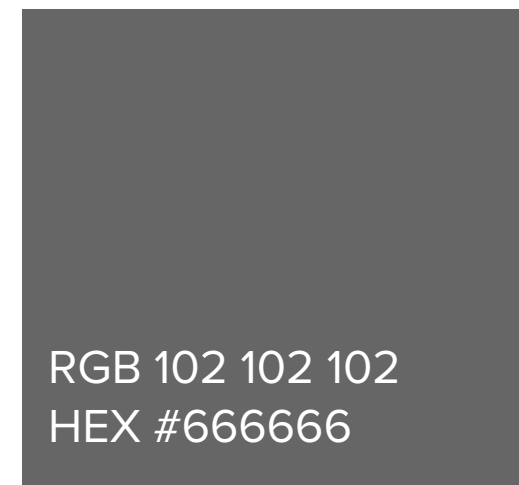
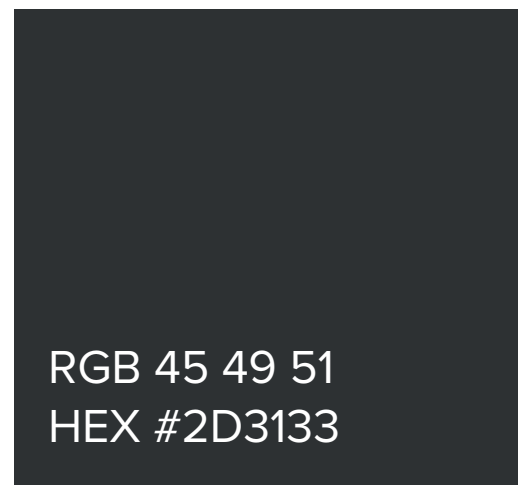
En todos tus diseños debe haber una gran presencia de blanco, y debes evitar el uso de grandes masas de verde, ya que éste nunca debe competir con el azul corporativo.

En ocasiones, el espacio blanco se sustituye por el uso de la fotografía. En tal caso puedes usar textos blancos, y usar el azul, por ejemplo, para elementos con los que el usuario pueda interactuar, como botones.

Colores principales



Colores secundarios



Proporción de colores

El diseño debe ser limpio y tiene que respirar, por eso debes usar el color blanco de manera predominante.

El color negro hace de contraste del blanco, y puedes usarlo principalmente para los bloques de texto. El azul y el verde son los colores que simbolizan la marca InfoJobs, y aunque están supeditados al uso de los colores blanco y negro, te ayudarán a dar más energía a tus composiciones.

El resto de colores, como los grises, debes aplicarlos de manera limitada, como apoyo de los colores principales.

En algunas aplicaciones el espacio en blanco convive o se sustituye por el uso de la fotografía.

50%

25%

15%

10%

Tipografía

La tipografía principal que debes usar para todos los productos y comunicaciones con marca InfoJobs Let's work es la Próxima Nova.

Se trata de una tipografía sans serif, funcional pero amable a la vez, perfecta para transmitir los valores de profesionalidad y cercanía que representa la marca InfoJobs.

En todos aquellos casos en los que no sea posible usar la Próxima Nova, como emails o newsletters, puedes usar la Arial como tipografía secundaria.

Próxima Nova

Tipografía principal

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456
789¡!¿?@^{oa},.,:~+~*~><ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
tuvwxyz0123456789¡!¿?@^{oa},.,:~+~*~><**

Arial

Tipografía secundaria

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456
789¡!¿?@^{oa},.,:~+~*~><ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
tuvwxyz0123456789¡!¿?@^{oa},.,:~+~*~><**

Tamaño de títulos

Para títulos y subtítulos debes usar el cuerpo bold. Los titulares en bold nos permiten marcar mucho las jerarquías, crear ritmo y ganar en legibilidad.

Para aplicaciones online limita los tamaños de títulos a 36dp, 28dp y 20dp. Usa los tamaños mayores de 50dp solo en aquellas ocasiones en las que quieras conseguir un gran impacto.

1dp equivale a 1px en un monitor estándar

InfoJobs title

size: 80dp, line-height: 80dp

InfoJobs title

size: 50dp, line-height: 60dp

InfoJobs title

size: 36dp, line-height: 37dp

InfoJobs title

size: 30px, line-height: 33dp

InfoJobs title

size: 25dp, line-height: 28dp

InfoJobs title

size: 18dp, line-height: 22dp

Bloques de texto

Para los bloques de texto, y como norma general, siempre debes utilizar el cuerpo regular.

En todas las aplicaciones web el tamaño básico de fuente que debes usar es de 16dp. Evita aplicar bloques de texto a 18dp, y reserva el uso de este tamaño y otros mayores para aplicaciones offline.

El tamaño de 14dp debes usarla solo para textos legales situados en zonas muy concretas de una página web, o para pequeños texto de apoyo.

1dp equivale a 1px en un monitor estándar

size: 18dp, line-height: 22dp

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

size: 16dp, line-height: 20dp

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

size: 14dp, line-height: 18dp

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Ejemplos de texto

Puedes combinar títulos, subtítulos y bloques de texto para construir los contenidos de una página web, newsletter o pieza de comunicación.

Como norma general debes usar el color negro (#2d3133) para títulos, subtítulos y bloques de texto.

Para los usos en los que la cantidad de texto sea limitada o quieras crear un mayor impacto, puedes usar el color azul para los títulos (#2088c2) y el color negro para subtítulos y bloques de texto.

Como caso excepcional para titulares con cuerpos grandes de texto, puedes usar azul corporativo para el título y verde para el subtítulo (#00A550).

Titular InfoJobs

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Titular InfoJobs

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Titular InfoJobs

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Titular InfoJobs

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Iconografía

En InfoJobs puedes usar tres tipos diferentes de iconos:

Iconos Default

Expresan conceptos individuales y representan acciones.

Iconos Champion

Son la evolución natural de los *Default*, estos iconos son más descriptivos que los anteriores y por tanto pueden expresar más de un concepto a la vez.

Iconos Hero

Los iconos *Champion* evolucionan en *Hero* cuando los uses para contar historias o destacar funcionalidades de alguna sección en concreto.



Debes evitar el uso de iconografía sobre fotografías. Aplica los iconos sobre masas sólidas de color.

Iconos “Default”

Úsalos cuando necesites representar conceptos individuales, ya sean acciones directas o para afianzar el significado de un texto.

Debes tener en cuenta que están diseñados para que los uses en dimensiones reducidas y por tanto no se podrán usar para hacer referencias a historias o algo similar.



Recuerda no usar este tipo de iconos en aplicaciones offline. En su lugar es preferible usar iconos del tipo “Champion”.

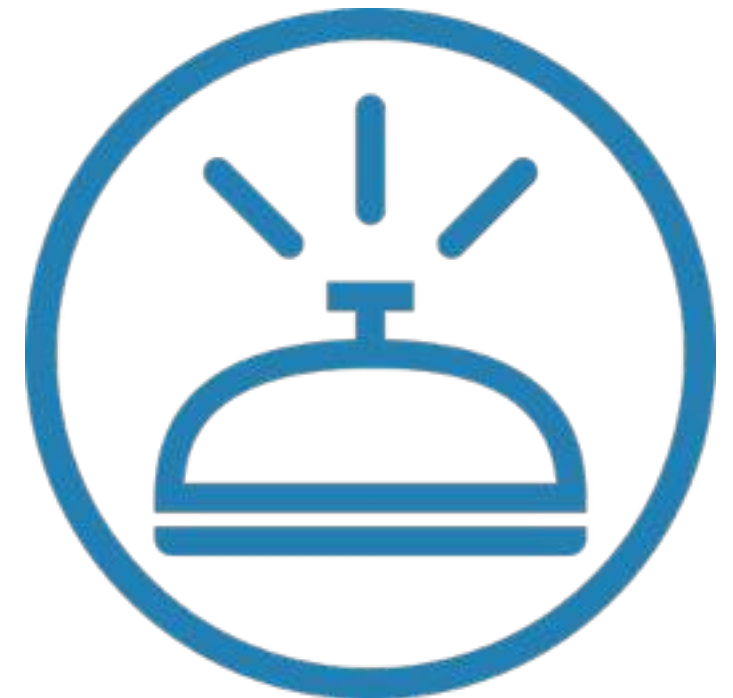


Iconos “Champion”

Son la evolución de los iconos “Default”, y debes usarlos cuando quieras explicar conceptos más detallados o para darle un énfasis característico a una acción.

Van acompañados de una circunferencia que los delimita, se puede jugar con formas simples o medianamente complejas pero en ningún caso deben contener demasiados detalles.

En cuanto al color, los puedes usar en color gris (#999999) o azul (#2088c2) en función al contenido al que acompañan o el énfasis que quieres que tengan.



Iconos “Hero”

Son la evolución de los iconos “Champion” y por tanto su nivel de detalle es mayor.

Usa este tipo de iconos para identificar y destacar apartados, representar conceptos y acciones complejas o explicar “historias” acerca de nuestro producto.

Debido a su mayor complejidad visual debes evitar usarlos a tamaños excesivamente pequeños, y has de aplicarlos siempre sobre una pastilla circular que los contenga para darles más presencia y destacarlos del fondo.

Puedes usarlos con diferentes tonalidades del mismo color, domina la línea sobre el relleno, y podemos usarlos tanto en aplicaciones online como offline.



Uso de la fotografía

La fotografía es un elemento clave de la identidad visual de InfoJobs.

Debes usar fotografías que transmitan dinamismo y que tengan como protagonistas a las personas. Que muestren instantes de sus vidas. Como si se tratase de imágenes “robadas”.

En cuanto a temáticas pueden ser retratos, lugares de trabajo o detalles de estos lugares. Aunque no aparezcan personas su presencia tiene que ser muy evidente. El rostro de la persona debe ocupar gran parte del formato y no deben mirar directamente a cámara.

Desde un punto de vista de estilo deben ser fotos suaves, cálidas, con juegos de luces y desenfoques. Es preferible cortar la cabeza por algún lado a hacerla pequeña para que se vea entera.



Usos incorrectos

El uso de la fotografía es muy importante en todas las piezas que diseñes, por ese motivo debes dedicarle el tiempo adecuado para que su aplicación sea la óptima.

Debes tratar de evitar:

- Situaciones exageradas y poco realistas.
- Retoques artificiales de las fotos.
- Expresiones falsas o forzadas.
- Encuadres en los que las personas se vean muy pequeñas en proporción al tamaño de la pieza.



Si tienes dudas sobre si usar o no una fotografía en concreto, puedes ponerte en contacto con el equipo de diseño de InfoJobs para pedir ayuda design@InfoJobs.net

4. Ejemplos de aplicación

¿Qué encontraré aquí?

- Piezas de comunicación
- Productos display
- Comunicaciones por email

Piezas de comunicación

Para comunicar la marca InfoJobs Let's work de manera consistente debes respetar unas normas básicas de uso que te explicaremos en más detalle en las próximas páginas.

Como norma general recuerda ser conciso y directo en los mensajes, no escribas piezas de texto excesivamente largas y, siempre que sea posible, usa imágenes que potencien el mensaje.

Elevator pitch

Cómo convencer a un inversor en menos de 3 minutos

InfoJobs
Let's work!

¿Cómo se puede trasladar el espíritu de la **Business School** en España a la educación?

InfoJobs
Let's work!

Ser agradecido te hace sentir bien, te conecta con el presente y te **ayuda a liberar estrés**

InfoJobs
Let's work!

Aplicación primaria

La fotografía es una parte muy importante de nuestro lenguaje visual, pero es un elemento secundario que debes usar para potenciar el mensaje que quieras transmitir.

El texto principal debe ser azul (#2088c2) e ir situado en el interior de una pastilla blanca que ha de medir 1/3 o 1/2 del ancho total de la imagen.

Usa siempre nuestro logotipo principal y sitúalo dentro de dicha pastilla, en la parte inferior derecha. Recuerda que la pastilla ha de respetar un área de protección interna y externa de 20dp**

1dp equivale a 1px en un monitor estándar



Área de protección externa 20dp



Área de protección interna 20dp

Ejemplos de aplicación primaria



Aplicación secundaria

En función a la imagen también puedes optar por usar la pastilla blanca en la parte inferior de tu composición.

En este caso la pastilla siempre debe tener un alto de $\frac{1}{3}$ de la altura total de la imagen, y el texto no puede tener un ancho mayor a $\frac{2}{3}$ partes del ancho de la pastilla.

Recuerda usar siempre el logotipo principal de InfoJobs en la parte inferior derecha de la pastilla, y respetar las áreas de protección de 20dp.



Area de protección externa 20dp

Area de protección interna 20dp

Ejemplos de aplicación secundaria



Aplicación sobre imagen

Para aquellas situaciones en las que no sea posible usar ninguna de las aplicaciones anteriores, puedes crear piezas en las que el texto vaya directamente sobre una fotografía.

En este caso has de usar un overlay de color negro sobre la imagen, con una opacidad del 65%. El texto debe ir centrado, y tanto este último como el logotipo han de ser siempre de color blanco. No apliques ningún tipo de efecto, como sombras o gradientes, ni al texto ni al logotipo

Recuerda que debes respetar un área de protección de 20dp alrededor de la imagen.



Aplicación sobre fondo de color

También puedes aplicar el texto directamente sobre color en lugar de sobre una imagen. En este caso siempre debes usar el azul corporativo como fondo (#2088c2), y tanto el texto como el logotipo deben ser siempre de color blanco.

Esta aplicación tiene un gran impacto por el uso que se hace de color, por lo que te recomendamos que no abuses de esta aplicación ni trates de llenar la pieza de texto.

Ser agradecido te hace sentir bien, te conecta con el presente y te **ayuda a liberar estrés**

InfoJobs
Let's work!

Usos incorrectos

No debes usar ninguna marca que no sea “InfoJobs Let’s work”.

Evita construcciones en las que se combine la marca con nombres de segmentos estratégicos de InfoJobs, porque esto construye nuevas marcas que compiten con nuestra marca principal, que es “InfoJobs Let’s work”.

Si has de hacer comunicaciones relacionadas con alguno de nuestros segmentos estratégicos, como Executive o Freelance, puedes apoyarte en otros recursos como el copy o la imagen, pero nunca alteres la marca InfoJobs Let’s work o uses una diferente.



Usos incorrectos

No hagas composiciones en las que simplemente apliques el logotipo sobre una fotografía.

Nuestras comunicaciones deben contener siempre un mensaje textual, y debes usar la fotografía como elemento secundario y para potenciar el mensaje.



Usos incorrectos

Sitúa el texto siempre en la parte izquierda de tu composición para respetar el sentido de lectura. No justifiques el texto en el centro cuando lo apliques sobre una imagen, y nunca lo justifiques a la derecha, porque dificultarás la lectura de tu mensaje.

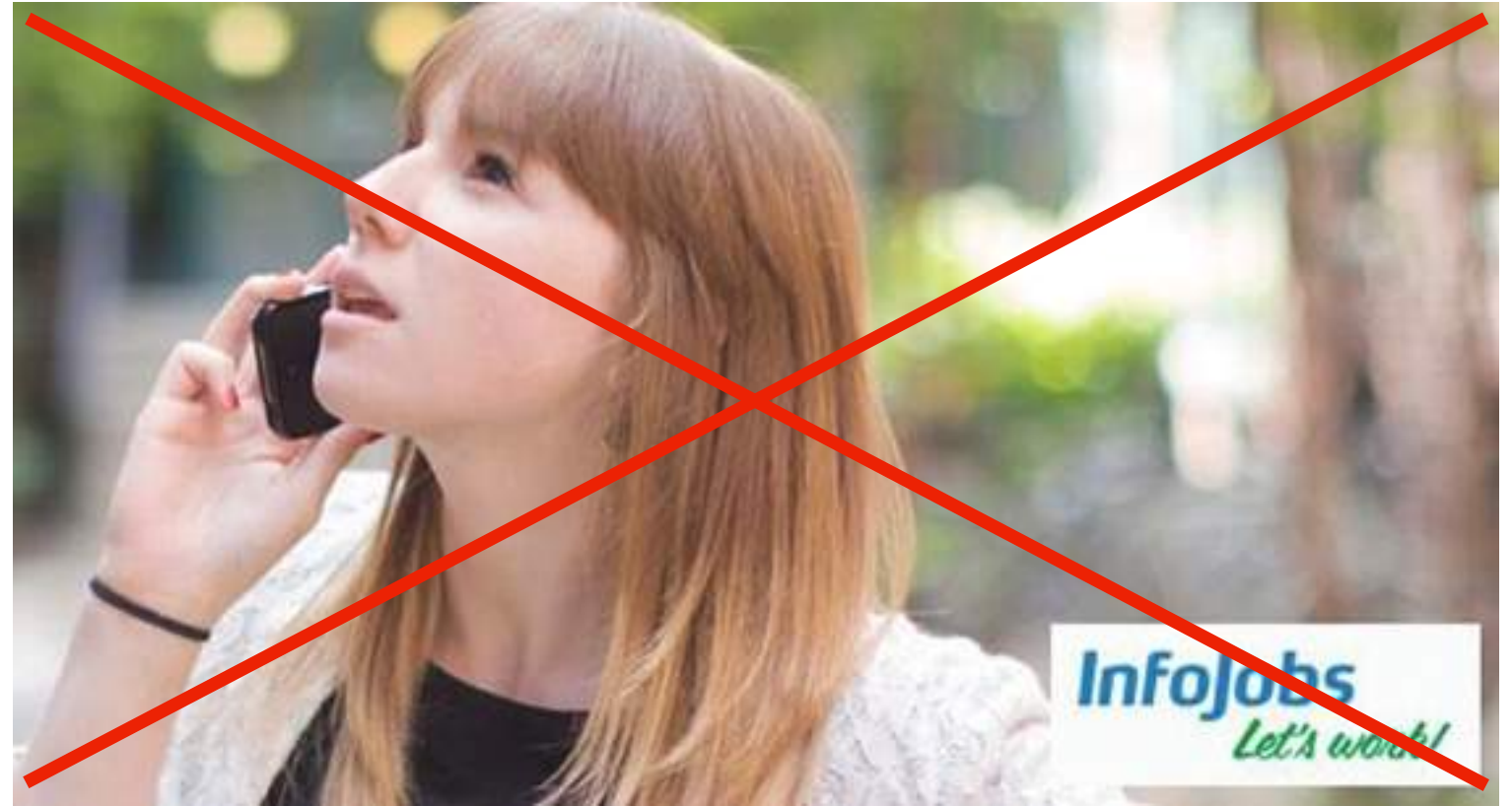
Recuerda que no debes aplicar ningún tipo de efecto, como sombras o filetes, a ningún elemento.



Usos incorrectos

Puedes decidir entre dos orientaciones diferentes, vertical y horizontal, para la pastilla que contiene texto y logotipo.

Para tomar la decisión te recomendamos que analices los elementos característicos de la fotografía que quieras usar, como la composición y el encuadre, así como la cantidad de texto que debe aparecer. En función a estas variables puede venirte mejor usar una u otra orientación.



Usos incorrectos

Si quieres aplicar el texto directamente sobre una imagen recuerda que siempre has de usar una capa de color negro sobre la fotografía de fondo, y que dicha capa ha de tener una opacidad del 65%

En este tipo de piezas es especialmente importante que seas conciso y directo en los mensajes para facilitar que el receptor vea la imagen y entienda el mensaje.

Te recomendamos que reserves esta aplicación para ocasiones en las que quieras crear un impacto especial.



Usos incorrectos

En las aplicaciones sobre color el fondo siempre debe ser el azul corporativo de InfoJobs (#2088c2), y tanto el texto como el logotipo deben ser de color blanco. Nunca uses colores diferentes a estos dos en ninguna composición de este tipo.

No uses piezas de texto extremadamente complejas, como listas o tablas, no sitúes ninguna pieza fuera de la zona central donde está situado el mensaje y evita el uso de iconografía.



Usos incorrectos

Evita composiciones excesivamente complejas o que combinen fotografía con otros elementos gráficos como líneas, formas geométricas o gradientes.

Utiliza siempre las plantillas que te proponemos como punto de partida para tus composiciones, y si tienes alguna duda contacta con el equipo de diseño de InfoJobs en design@infojobs.net



Productos display

Puedes usar piezas de comunicación a modo de banners para publicitar nuestro producto en otras páginas web del grupo Schibsted o sites de terceros.

Para todos estos casos trata de usar los mismos principios que hemos definido en las páginas anteriores en cuanto a estilo y composición.



Comunicaciones por email


Usa la plantilla de email por defecto como base para confeccionar los mensajes de correo que enviamos en nombre de InfoJobs.

Los elementos que debe contener son:

- Cabecera con logotipo
- Título
- Subtítulo
- Cuerpo de texto
- Call to action
- Pie legal



Todos los emails que enviamos han de ser responsive. Para asegurarte que los emails que diseñes se visualicen de manera correcta en cualquier cliente de correo, usa siempre la tipografía Arial y justifica los bloques de texto a la izquierda.



Título del email

El subtítulo va siempre debajo del título y no debe ser muy largo

Siempre es aconsejable añadir una pequeña explicación para que el usuario entienda lo que queremos comunicarle. Debe ser un texto no demasiado largo y que use un lenguaje cercano y directo.

Call to action memorable

Te enviamos la presente comunicación al amparo de nuestra [política de privacidad](#). Puedes dejar de recibir mensajes promocionales de Infojobs dando de [baja tus suscripciones](#) o bien dándote de baja del servicio de InfoJobs.net a través del [menú privado](#).

Email “Hero”


También puedes añadir imágenes a los emails, ya sea para explicar mejor el mensaje que quieras transmitir, o para aumentar su impacto.

En cualquier caso, no abuses del uso de imágenes y haz que éstas siempre ocupen el ancho total de la página menos los márgenes.

InfoJobs
Let's work!

Título del email

El subtítulo va siempre debajo del título y no debe ser muy largo

A photograph showing three people in a professional setting. A woman with long dark hair, wearing a white and black striped shirt, is looking towards the camera. To her left, a man with dark hair and a beard is looking down at a laptop. To her right, another man is partially visible, looking towards the woman. They appear to be in a collaborative work environment.

Siempre es aconsejable añadir una pequeña explicación para que el usuario entienda lo que queremos comunicarle. Debe ser un texto no demasiado largo y que use un lenguaje cercano y directo.

Call to action memorable

Te enviamos la presente comunicación al amparo de nuestra [política de privacidad](#). Puedes dejar de recibir mensajes promocionales de Infojobs dando de [baja tus suscripciones](#) o bien dándote de baja del servicio de InfoJobs.net a través del [menú privado](#).


Comunicaciones por email

Combina los dos templates anteriores para crear emails más complejos. En este caso puedes separar cada bloque con un elemento gráfico, por ejemplo una línea.

Para aumentar el impacto de tus comunicaciones por email, puedes usar una imagen de cabecera que ocupe el ancho total del bloque de contenido.

En caso de que te decidas por esta opción, debes seguir los consejos que te hemos indicado anteriormente para la aplicación de texto sobre imagen.

- Usa un overlay de color negro al 65% de opacidad sobre la imagen de fondo.
- El texto debe ser blanco y estar centrado.
- No apliques ningún efecto.



InfoJobs
Let's work!

Aquí va un título destacado

En InfoJobs contamos con más de 250.000 profesionales Executive y queremos que cuenten con un espacio exclusivo para prepararse para el siguiente paso en su carrera. Por ese motivo hemos creado la nueva Cuenta Executive.

Call to action memorable

Título de la sección

Una oportunidad de mejorar tu imagen como profesional en la red

InfoJobs lanza el Perfil público, una nueva herramienta con la que podrás darte a conocer en Internet como profesional y destacar tus conocimientos, experiencia laboral y especialidades.

Activando el nuevo servicio, podrás crear tu ficha laboral con los datos más relevantes de tu CV, mejorado así tu imagen como profesional en la red y construyendo tu reputación online.

Call to action memorable

Te enviamos la presente comunicación al amparo de nuestra política de privacidad. Puedes dejar de recibir mensajes promocionales de InfoJobs dando de [baja tus suscripciones](#) o bien dándote de baja del servicio de InfoJobs.net a través del [menú privado](#).

Descárgate los logotipos, iconos, imágenes de productos y ejemplos que aparecen en este manual

<http://infojobs.github.io/brand/>

¿Tienes alguna duda? Contacta con el equipo de diseño de InfoJobs y te ayudamos

design@infojobs.net

InfoJobs
Let's work!