

Proyecto & Diseño De Brief

La Roma records

Tienda de vinilos, casets, tornamesas
libros y accesorios.

Grupo 4

Stiven villamil
Laura Herrera
Josep Cardona



Todos los derechos de autor reservados. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley, diríjase a:

Laura Herrera(laurav.herrerap@utadoe.edu.co)
Josep Cardona(josepl.cardonac@utadeo.edu.co)
Maicol Villamil (maicol.villamils@utadeo.edu.co)
Si necesita fotocopiar o escanear algún formato de esta obra.

EXPERIENCIA

01.

OBJETIVO GENERAL

02.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

03.

ANTECEDENTES

04.

PÚBLICO OBJETIVO

05.

SITUACIÓN ACTUAL

06.

ESTRATEGIA

TABLA DE CONTENIDO

07.
REQUISITOS

08.
ALCANCE

09.
PRESUPUESTO

10.
ENTREGABLES

11.
SITUACIÓN ACTUAL

INTRODUCCIÓN

EL MUNDO DE LA MUSICA

El mundo de la música es cambiante, sus tendencias efímeras y sus sonidos variados. Pero contra todo pronóstico hubo un regalo del ayer que ha perdurado hasta nuestros tiempos: El Vinilo, un instrumento que acompañado de la nostalgia de nuestra generación ha recibido un fuerte puesto en el imaginario colectivo si a música nos referimos. Es innegable la fuerte y estrecha relación entre el vinilo y el mundo musical. Y con este bello objeto llega Roma Records a Colombia, una marca que ha hecho maravillas por la industria del vinilo en Bogotá y que aunque dirige los eventos de intercambio, eventos musicales, entre otros.

Sigue estando en el anonimato respecto a lo que La Roma Records es en realidad: “Un espacio de promoción y difusión musical” y no una simple tienda de vinilos. Aun con un mercado establecido en México queda camino por recorrer respecto al posicionamiento en Colombia, donde sin mucha gente saberlo venden libros, tornamesas, accesorios, entre otros. Poniendo el espacio de La Roma al servicio de los verdaderos melomanos.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un sistema gráfico que vincule de manera armoniosa todas las líneas de comunicación y venta alrededor de su marca, donde con coherencia se articulen las diferentes formas en que La Roma interactúa con el mercado musical: vinilos, libros, accesorios, eventos, etc.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Identificar y clasificar a partir de una línea gráfica las diferentes áreas de negocio en las que La Roma opera. Redefinir a La Roma como un espacio de distribución y promoción musical, donde se compran vinilos, si. Pero que también hace eventos de intercambio, vende libros, vende accesorios, etc. Donde la música es protagonista más allá de su formato.

Formar un sistema que se adapte a las necesidades y comportamientos de operar en distintos países de forma armónica sin perder su identidad.

ANTECEDENTES

ANTECEDENTES

ANTECEDENTES

Tienda fundada en Mexico en 2012 y traída a Colombia en 2014. Un espacio de música muy importante para el poco tiempo que ha estado en la escena discográfica colombiana, pero que tiene un fuerte plus en funcionar como sello discográfico también. Lo que les da una completa ventaja a la hora de interactuar con el público del mercado musical en Colombia. Habiendo hecho producciones para bandas como: Velandia y la Tigra, Los Pirañas, The Kitsch y Frente Cumbiero.

PERSONALIDAD DE LA MARCA:

La Roma Records sin lugar a dudas resalta por su profunda pasión en el ámbito musical, lo que podría confundirse con cualquier espacio de venta de discos. Pero lo que los diferencia es que ellos meten las manos directamente en este mercado para sacudirlo con producciones, eventos de intercambio, promoción de artistas, entrevistas, y un larguísimo etcetera. Es un espacio activo en la distribución y promoción de piezas musicales. A tal punto que las venden en los formatos más inesperados, como el cassette, o a través de libros de culto dentro de la cultura del vinilo y de la música en general.

COMPETENCIA:

Hay muchos espacios de venta de vinilos que compiten con La Roma, aun cuando su modelo de negocio o estructura no sea similar. Entre ellos se resaltan:

RPM Records:

Three Little Birds

TornaMesa

Discos Muertos

TANGO Records

Elver Beltran

Acetatos.compaq

Musiteca

El Templo de la Musica

Top Musical

Beatles

RockaRolla

Top Music

La Valija de Fuego



ESTADO DEL ARTE

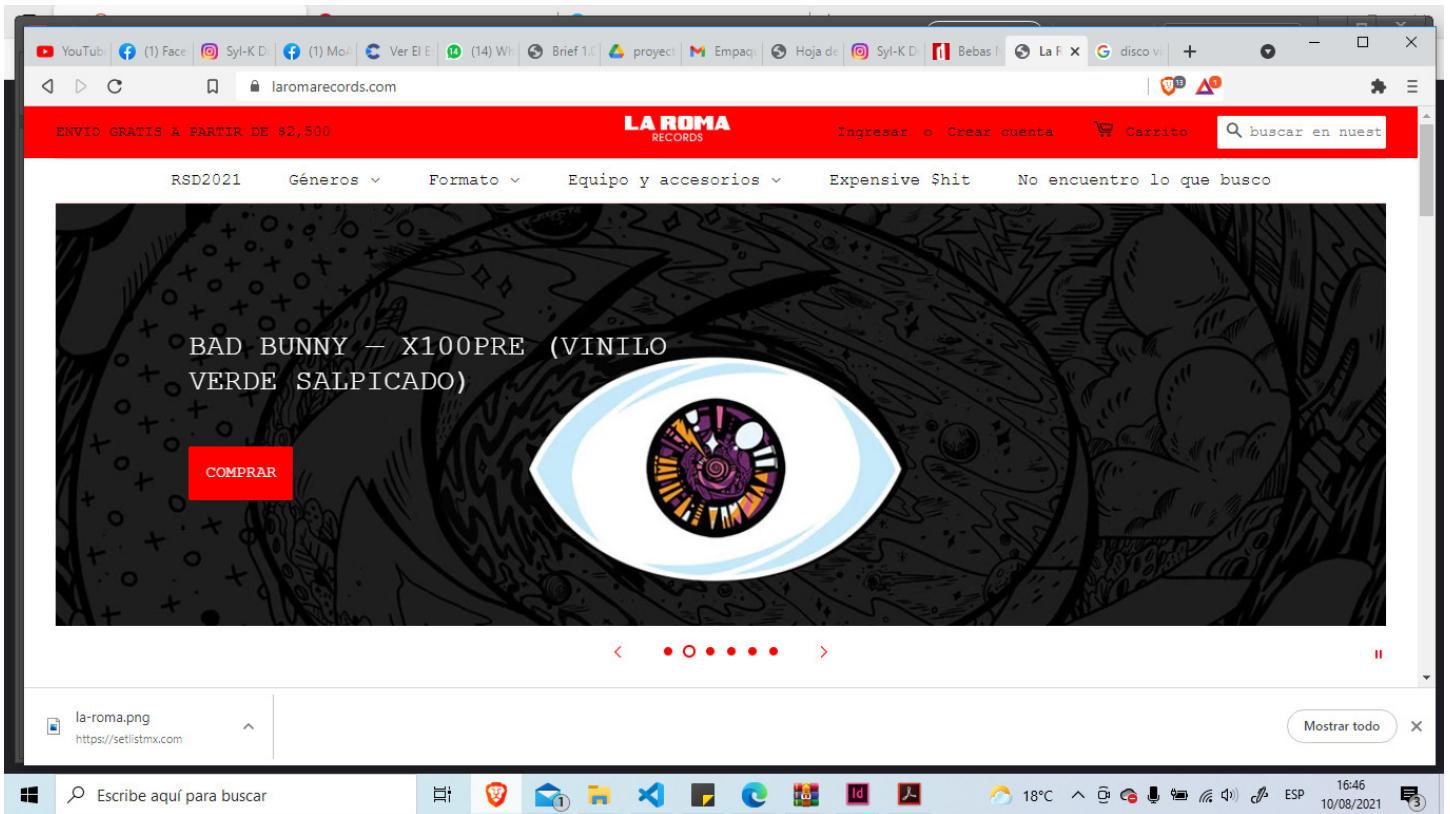
Espacios negativos
muy pequeños en la
tipografía, lo cual genera
problemas de reducción



LA ROMA
RECORDS

Tiene una fuerte pregnancia resultado de una tipografía
fuerte que le da solidez al identificador



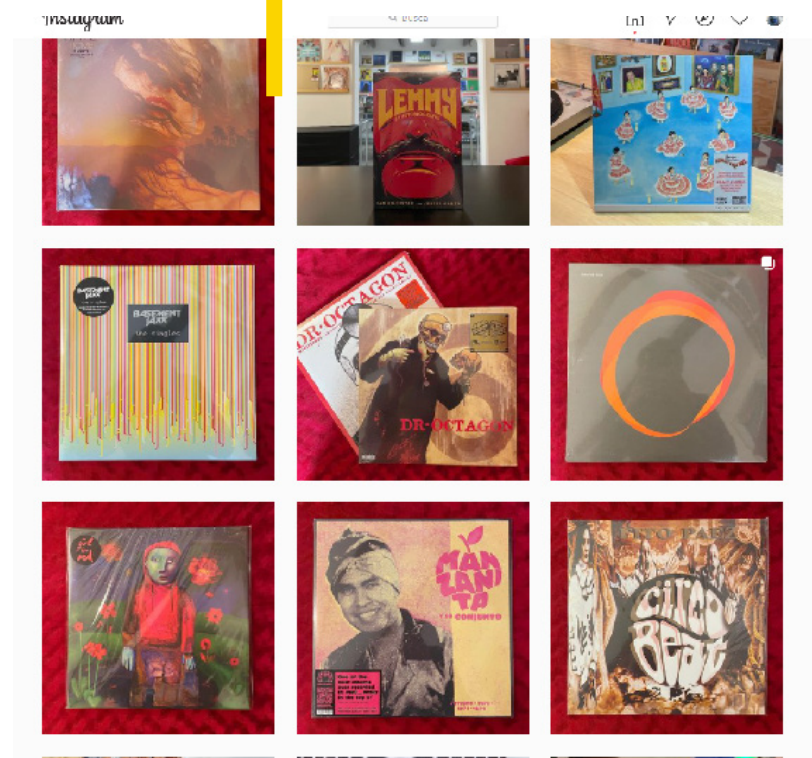


El rojo es muy importante para el posicionamiento actual de la marca

-Desde la visualidad no se presenta una estrategia coherente y efectiva para actividades que hacen parte importante de su diferenciación como marca.

Piezas sin cohesión gráfica ni sistema de identidad que lo soporte

Redes enfocadas en la venta y promoción de productos, no en generar una comunidad ni espacios de comunicación integrales





PÚBLICO OBJETIVO:

Son personas entre 20 y 60 años con experiencia en la musica, oyen desde rock hasta musica clasica, ven la musica como parte de la cotidianidad ya que representa un remanente cultural que rodea sus vidas, el tema musical los apasiona y los motiva de tal manera que acceden a un formato más caro como el vinilo ya que representa toda una historia en la cual deben desarrollar una serie de pasos para disfrutar sus canciones, son personas que observan a sus celebridades favoritas en videos musicales o canales como MTV, tambien observan y aprecian todo lo que ahi detras de una cancion, como la historia del artista e incluso el diseño en las caratulas de sus discos, recogen datos del tema y dedican su vida a la música.

