



MANUAL DE **IDENTIDAD**

TABLA DE CONTENIDO

0. Introducción	2	4. Guía de estilo online	22
1. Nuestra Marca	3	4.1 El sitio web	23
1.1 Valores de la compañía	4	4.2 La aplicación	28
1.2 Promesas de marca	5	4.3 Herramientas internas	35
1.3 Personalidad de Clip	6	4.4 Comunicación	39
		4.6 Redes sociales	41
2. Nuestro logo	7	5. Guía de estilo offline	49
2.1 Racional de diseño	8	5.1 Empaque (e-commerce)	50
2.2 Especificaciones	9	5.2 Empaque (blister)	51
2.3 Variaciones de color	10	5.3 Empaque (pallet)	52
2.4 Ejemplos de uso	11	5.4 Anuncios	53
2.5 Usos incorrectos	12	5.5 Papelería corporativa	54
3. Identidad visual	13	6. Mercancía de marca	55
3.1 Colores	14	6.1 Items	56
3.2 Tipografía	15	6.2 Stand y banners	57
3.3 Imágenes	16		



0. INTRODUCCIÓN

Como principio fundamental de cualquier compañía, la marca debe contar con una personalidad propia, pues de ésta dependerá que los consumidores potenciales y activos la identifiquen en el mercado en el que está compitiendo.

Clip es una compañía innovadora en su ramo, y como tal, debe construir -desde un principio- los cimientos de una imagen fuerte y sólida.

Esta guía tiene por objetivo proporcionar todos los lineamientos gráficos y de marketing que ayudarán a Clip a posicionarse según la visión, misión y valores de la compañía.



1. NUESTRA MARCA

1.1 VALORES DE LA COMPAÑÍA

Nuestra misión es proveer soluciones de pago simples y seguras que liberen a los comercios de las complicaciones de una terminal bancaria tradicional.

En Clip creemos en:

- La libertad de aceptar pagos en la forma que los comercios quieran.
- Ser íntegros en todo lo que hacemos.
- Hacer felices a nuestro clientes dándoles un soporte excepcional.



Nuestra **misión**

Empower people to exchange value and make it safe and accessible.

Nuestra **visión**

One Clip in every business. Make every costumer feel valued.

1.2 PROMESAS DE MARCA

Buscamos darle mayor poder a las personas frente al crecimiento de sus negocios por un medio de un incremento de ventas y un sistema de pagos accesible que los haga sentir valorados, liderando a la nueva generación de empresarios mexicanos.



1.3 PERSONALIDAD DE CLIP

seguridad
infalible
solución
poderosa

creatividad disrupción **disidencia**
social amigable original



ambición celebración audacia
inspiradora natural inherente

sorpresa
amable
simplicidad
es belleza

2. NUESTRO LOGO

Es uno de los elementos de identificación más fuertes con los que cuenta Clip, pues el consumidor lo asocia de manera inmediata al lector de tarjetas.

Su diseño simple le permite ser dinámico, ya que puede activarse al agrandar o cambiar los tamaños, así como los colores pueden variar para expresar ideas relevantes de muchas maneras distintas.

2.1 RACIONAL DE DISEÑO

Al ser un producto de reciente introducción al mercado mexicano, es importante que el usuario asocie al producto -el lector de tarjetas- con el nombre de la compañía.

El uso de un imagotipo es crucial en esta fase.

El rectángulo de esquinas redondeadas simula perfectamente la forma del lector.

La tipografía es redondeada porque da la sensación de ser amigable, libre, innovadora, abierta a lo nuevo y fresca.

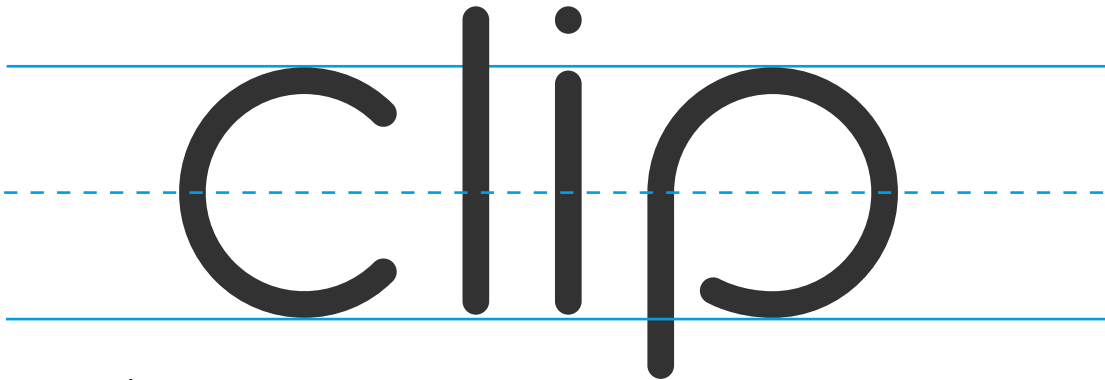


Logo



Libera tu negocio

Logo con tagline



Tipografía



Logo App iOS

clip.mx

Logo para aplicaciones

2.2 ESPECIFICACIONES

El espacio libre es fundamental para que nuestro logo pueda ser colocado en sus diferentes aplicaciones. Así mismo deberán respetarse los tamaños mínimos y máximos, dependiendo del canal de salida: online y offline.

Tamaño máximo



- A1 – 110 mm
- A2 – 80 mm
- A3 – 55 mm
- A4 – 40 mm
- A5 – 30 mm

Tamaño mínimo



Pantalla: 64 px



Impresión: 14 mm



Espacio libre

2.3 VARIACIONES DE COLOR

En ocasiones el logo se desprende de sus colores, pero eso no significa dejar a un lado los lineamientos. Estas alternativas tienen un uso particular (se pueden utilizar en línea o en publicidad).

Esta es una forma de dar variedad a los materiales impresos. Nuestro logo resalta los valores de la compañía.

Color



Blanco y negro



Sobre fondo naranja, gris y gris oscuro



2.4 EJEMPLOS DE USO

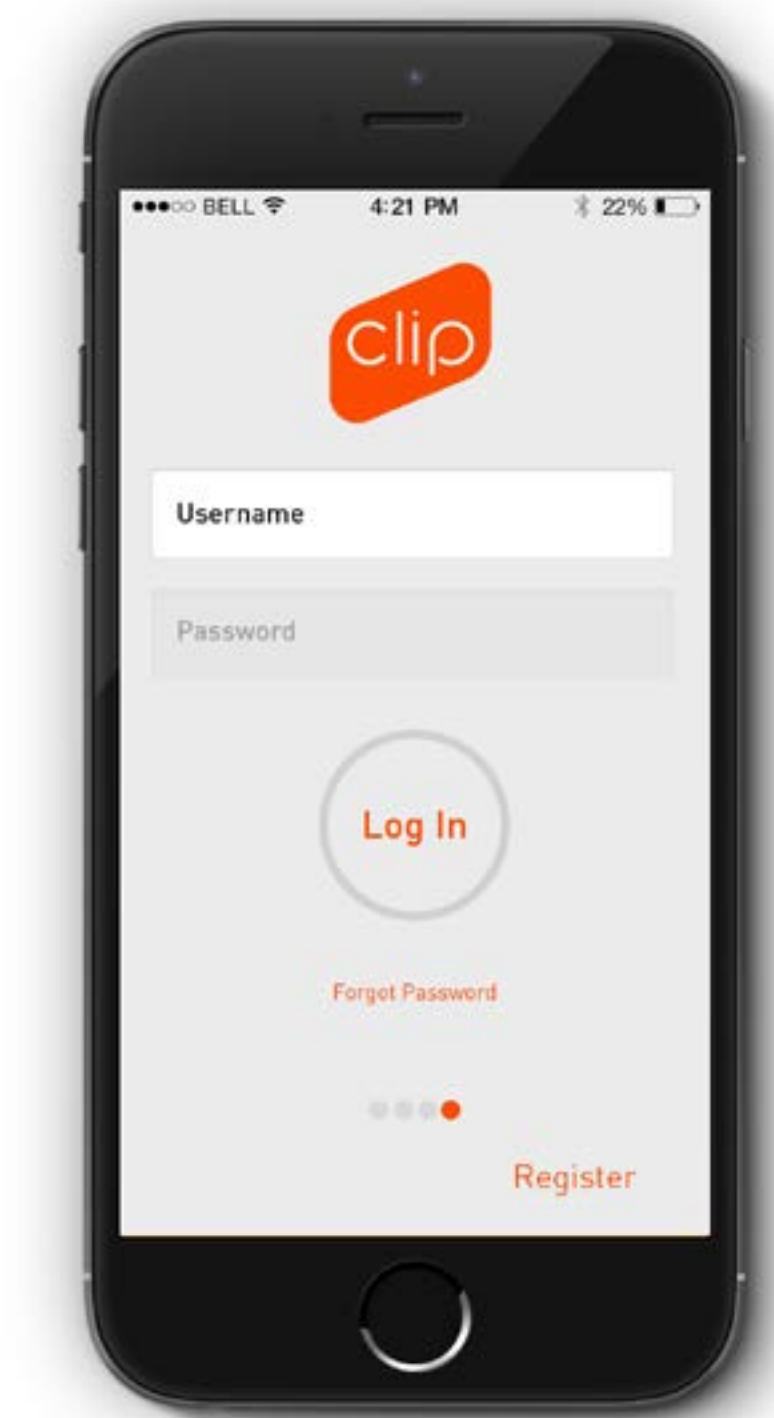
Como parte del reconocimiento del producto y la compañía, es indispensable que todos los materiales (online y offline) estén brandeados con el imagotipo.



Para el material impreso, es necesario incluir nuestro logo sobre un fondo que lo haga destacar, y sobre todo respetar las proporciones.



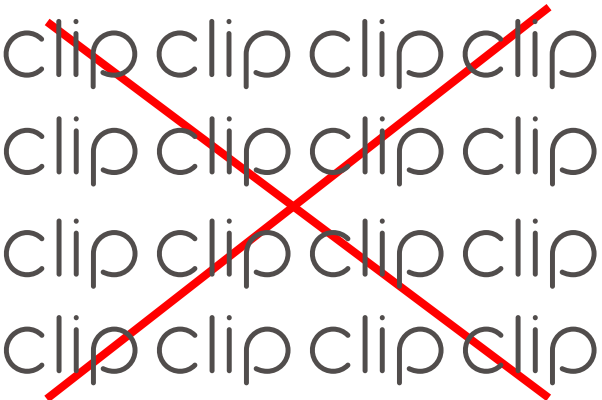
Para el material online, el uso de nuestro logo debe usarse en ambos canales, web y app. Esto hará que nuestra identidad quede plasmada en el subconsciente del usuario.



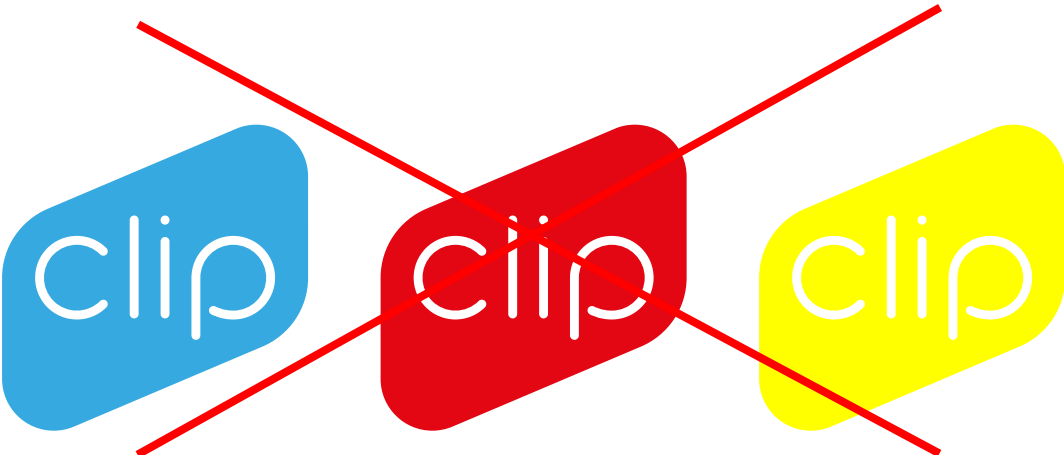
2.5 USOS INCORRECTOS

Como parte de esta fase de reconocimiento, el mal uso del imagotipo alejará a la compañía del objetivo de indentificación, por lo que se recomienda siempre usarlo de acuerdo a los lineamientos sugeridos.

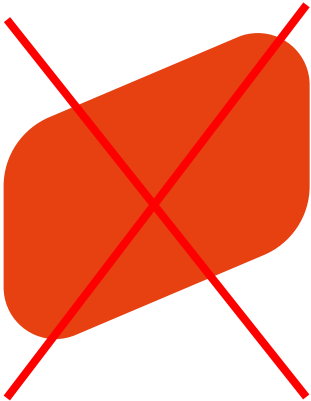
Color



1. No hacer patrones o texturas



2. No cambiar el color de la envolvente



3. No usar sólo la envolvente



4. No transformar, rotar o invertir



5. No aplicar efectos



6. Contraste de color

3. IDENTIDAD VISUAL

Los materiales de marketing y visuales de Clip deben ser congruentes con la personalidad de la marca.

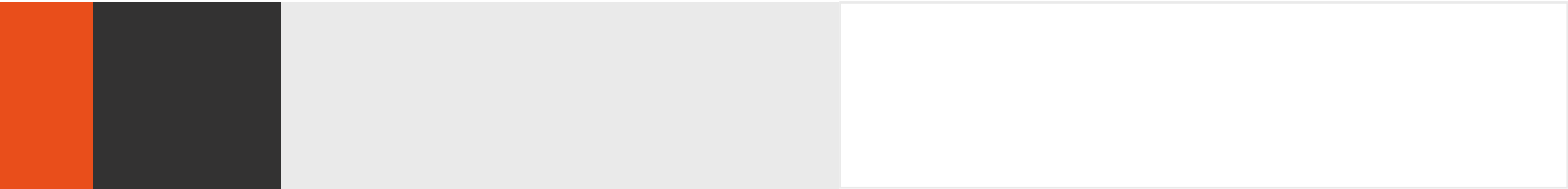
Tener lineamientos definidos respecto a los colores, tipografía y uso de imágenes ayudará a demarcar la presencia de marca con mayor facilidad.

3.1 COLORES

Nuestra paleta de color tiene 4 colores como base, pero esto no quiere decir que no podamos utilizar colores dinámicos para complementarla.

Nuestra paleta secundaria se compone de colores primarios y colores secundarios, se complementan entre sí para tener un resultado dinámico, vibrante, innovador y amigable.

Paleta de color primaria







Paleta de color secundaria







Combination 1



Combination 2

	Pantone: 1655 C RGB: 252 76 2 CMYK: 0 85 100 0 HEX: #FC4C02
	Pantone: 7540C RGB: 50 50 50 CMYK: 30 30 30 82 HEX: #323232
	Pantone: GRAY 1 C RGB: 234 234 234 CMYK: 7 5 5 0 HEX: #EAEAEA
	Pantone: WHITE RGB: 255 255 255 CMYK: 0 0 0 0 HEX: #FFFFFF

	#e3e8d0		#5e5956
	#f7d33c		#0b99ac
	#ddca3b		#f6ab08
	#45b471		
	#3665b2		

3.2 TIPOGRAFÍA

La tipografía es DIN Pro, en dos pesos, regular y bold. Es una fuente sans-serif, con una base geométrica que le brinda fuerza y carácter a los textos que componen nuestra marca. Creemos que la personalidad de Clip se ve reflejada en cada uno de los elementos tipográficos que conforman a la familia DIN.

DIN Pro

ABCabc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 £&?

DIN Pro Regular

ABCabc

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 £&?**

DIN Pro Bold

Libera tu negocio

Tagline: DIN Pro Regular

3.3 IMÁGENES

Son parte fundamental de nuestro producto. No solo exhiben la facilidad de uso del lector, también están enfocadas en reflejar el espíritu emprendedor y práctico de los negocios que usan Clip.

Clip busca ser el líder de los MPO’s en México, por lo que las imágenes deben manifestar que la misión del negocio está en empoderar a las personas.



Empower people

El lector se asume como un símbolo de liberación de las terminales bancarias tradicionales que piden demasiados trámites para los negocios.



Libera tu negocio

No importa si se trata de un negocio que apenas comienza o uno ya consolidado. Con Clip es posible realizar transacciones bancarias con todas las tarjetas.

One Clip in every business

Ser líder no sólo significa estar en todos los negocios; también implica que cada uno de los usuarios de Clip se sienta valorado.

LECTOR Y APP

El lector de tarjetas es la figura central de Clip y, como tal, las imágenes deben retratar la versatilidad de uso que tiene con las tarjetas y los diferentes sistemas operativos.

Para lograr el posicionamiento del lector, es necesario que en las tomas de producto, el logo de Clip siempre sea visible.



Uso de tarjeta con banda.



Uso de tarjeta con chip.

Cómo usar la tarjeta.

Es importante que el usuario tenga claro cómo debe insertar una tarjeta de chip o deslizar una tarjeta con banda, por lo que las imágenes deben ejemplificarlo de manera clara.

Las fotografías deben tomarse con una tarjeta genérica para que puedan ser editables posteriormente.



Cómo insertar el lector.

Para el manual de uso del lector, las fotografías deben mostrar que el lector se conecta a la entrada de audio de los dispositivos.



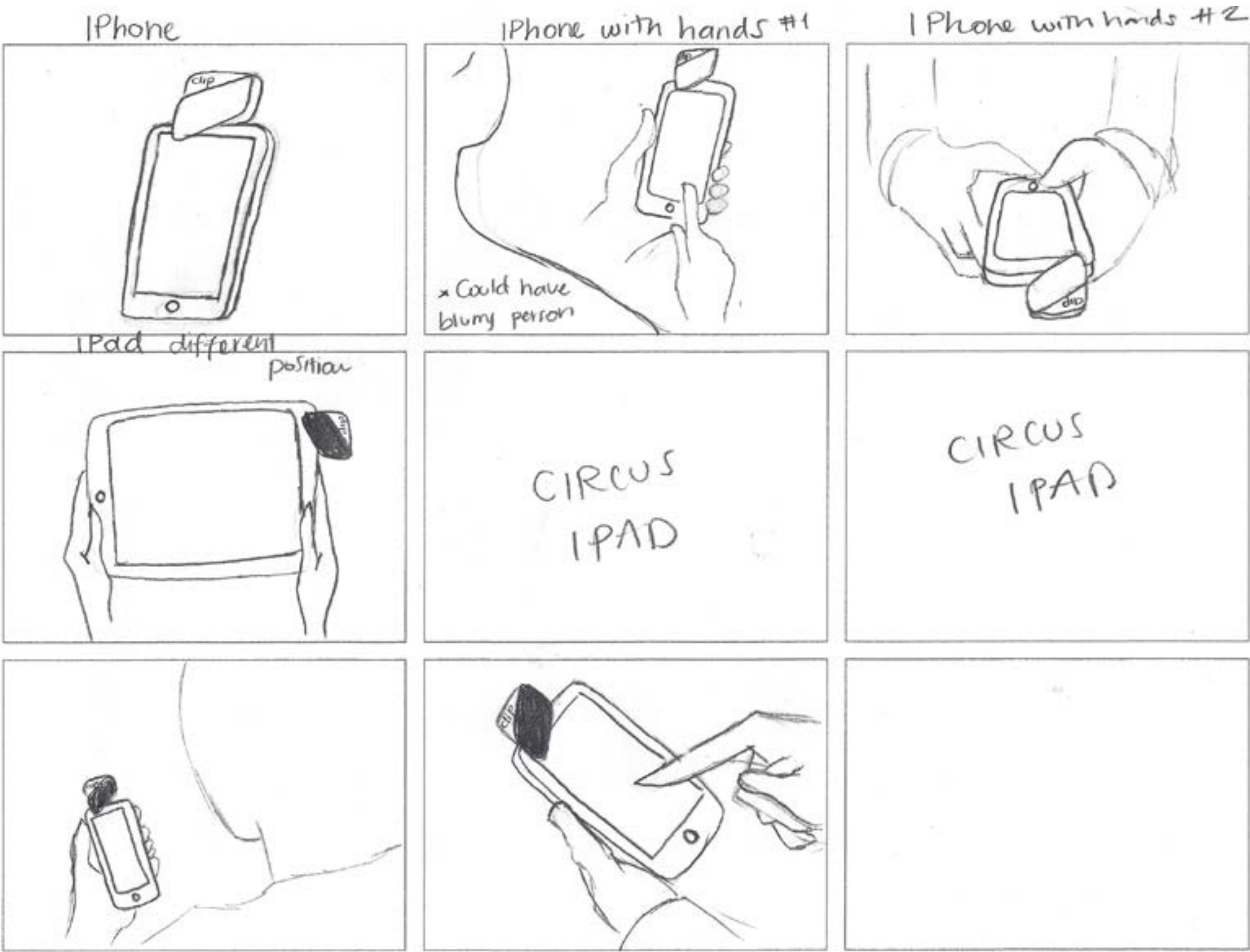
LECTOR Y DISPOSITIVOS

Clip construye sus relaciones con el usuario a partir de una experiencia satisfactoria.

- Esta experiencia debe mostrar:
- Variedad de dispositivos: smartphones y tabletas.
 - Facilidad de uso
 - Practicidad
 - Simplicidad

Para efectos de recrear esta experiencia, se sugieren las siguiente tomas de producto:

- iOS
- Hands & iPhone
- Hands & Android
- Windows
- Tablets Android
- Tablets iPad
- Lector Clip



USUARIOS CLIP Y NEGOCIOS

Existe la necesidad de crear nuevos puntos de identificación ya que existe una diversidad de pequeños, grandes, emergentes y consolidados

Se sugieren las siguientes tomas por negocio:

- Dueño de negocio interactuando con el cliente.
- Dueño solo con su negocio.
- Comerciante realizando una transacción con Clip.
- El cliente firmando en la aplicación una transacción
- Stickers de Clip pegados en alguna parte del negocio.
- Dueño del negocio con sus colaboradores (manager, cajeros, etc. en caso de tener).
- Comerciante revisando su estado de cuenta.
- El local sin personas.



La relación de los comerciantes con sus clientes también debe darse en un ambiente de naturalidad, pues es importante enfatizar que Clip tiene una lista creciente de negocios.



Comerciantes usando la aplicación.

Presencia Clip.

Comerciante realizando transacción.

4. GUÍA DE ESTILO ONLINE

La interacción online es indispensable para clip.
El lector depende del óptimo funcionamiento de la aplicación, mientras que la satisfacción de los usuarios potenciales y activos se basa en la comunicación que se tiene con ellos a través de distintos canales.

4.1 EL SITIO WEB

Una de las principales herramientas de comunicación con el usuario es el sitio web. Por una parte, la página general informa al usuario potencial sobre las características y servicios que ofrece Clip y, por otra, permite que el usuario ya registrado pueda tener el pleno control sobre su negocio en el Dashboard de los comerciantes.

Las interfaces tanto del sitio como del dashboard deben ser simples e intuitivas para que el usuario tenga una buena experiencia con Clip.



Home de sitio web

El slider principal del sitio ilustra al usuario sobre el uso y giro de Clip.

El layout general del sitio consta de cuatro componentes:

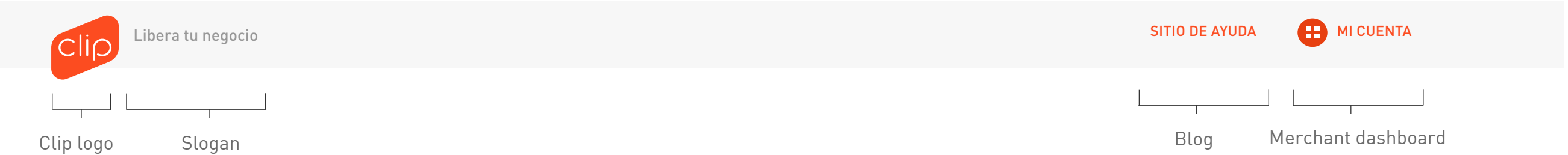
- 1. Header
- 2. Área de contenido
- 3. Chat
- 4. Footer

El desglose del contenido se distribuye en el Header y en el Footer.

El sitio de ayuda funciona como una guía para que el usuario pueda resolver sus preguntas más frecuentes.

El chat es un elemento permanente ubicado en el footer.

1. Header



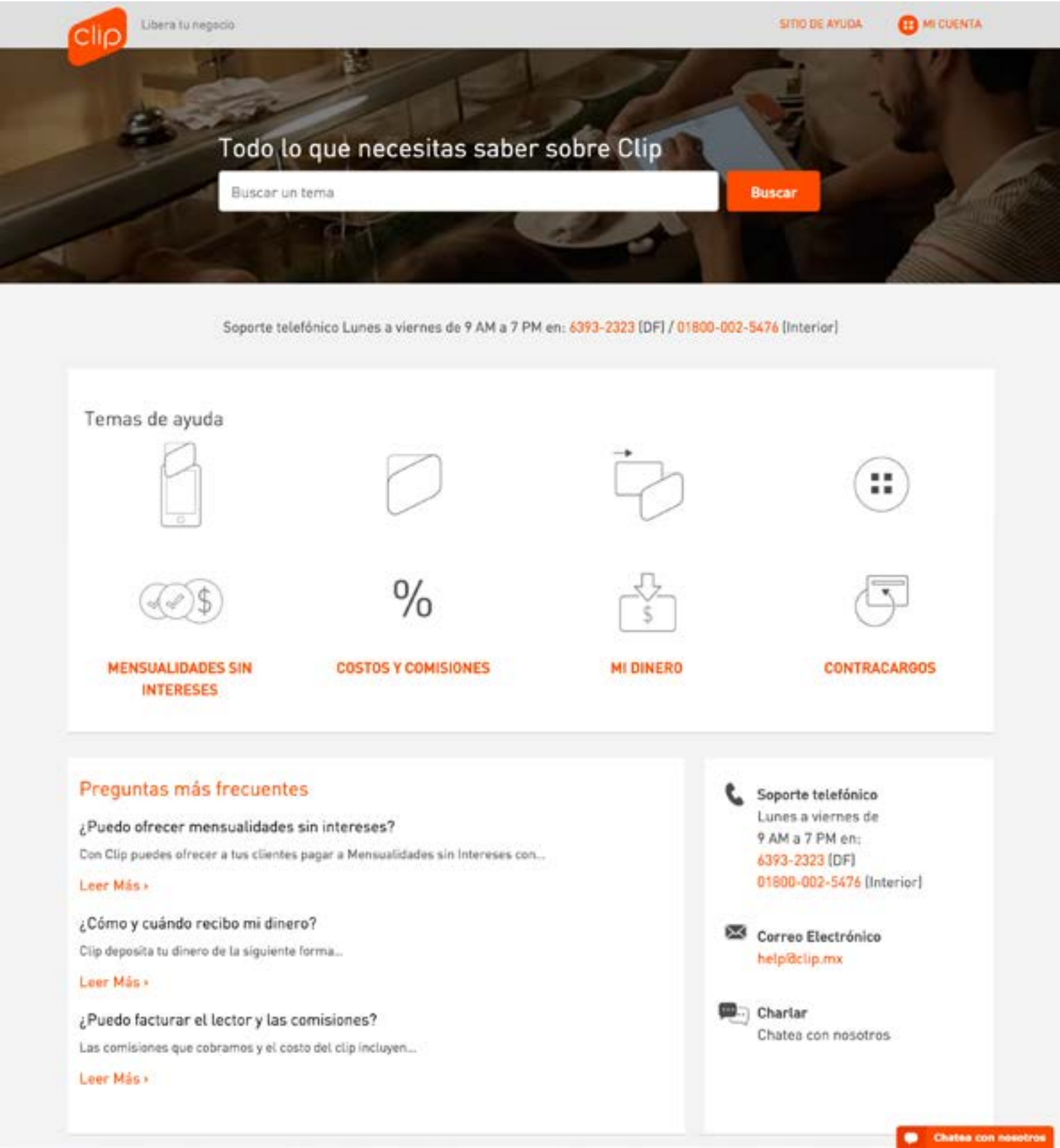
4. Footer



El sitio de ayuda está estructurado de diferente forma a la página inicial. Esto responde a la necesidad de facilitarle al usuario la búsqueda de los temas en los que tengas mayores preguntas.

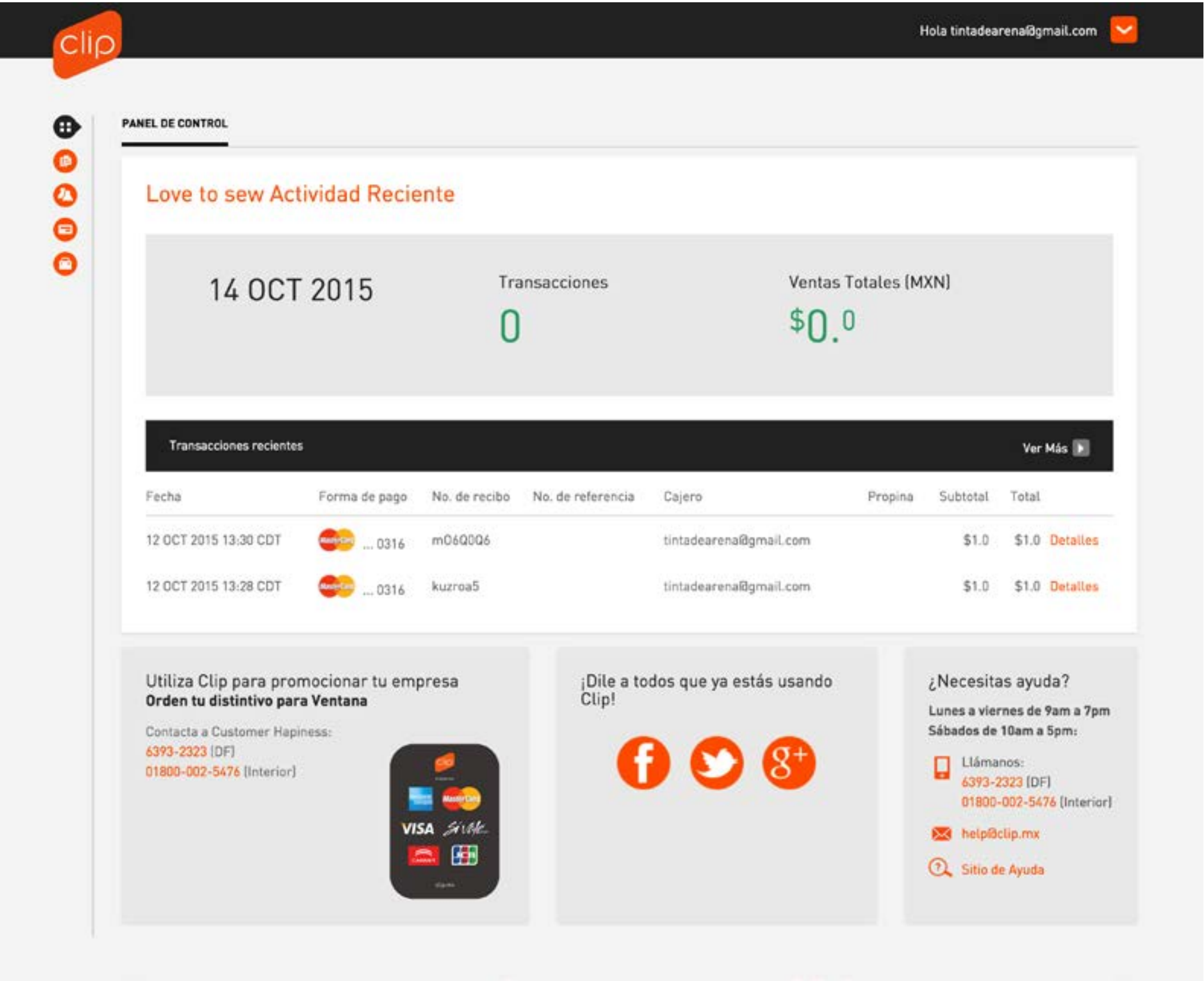
El header cambia e integra un buscador.

Los temas de ayuda se valen de iconografía para ilustrar mejor al usuario.



El merchant dashboard es para el usuario registrado y/activo. Puede consultar transacciones, pedir facturas, comprar un lector, agregar más cuentas a su negocio, editar sus datos bancarios, entre otras funcionalidades.

Lo más importante del dashboard es mantenerlo simple de navegar para facilitarle la experiencia al usuario.



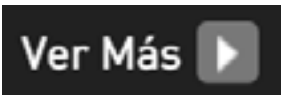
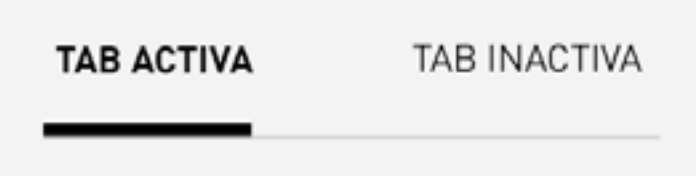
GUÍA DE ESTILO DEL SITIO WEB.

Tipografía

Din Pro regular

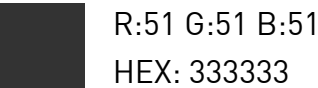
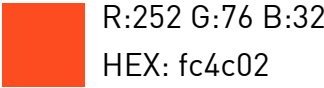
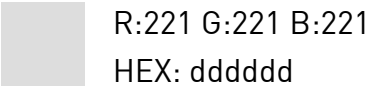
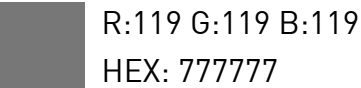
Din Pro medium

Botones

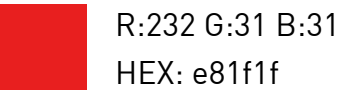
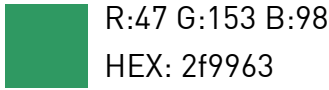
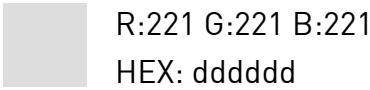
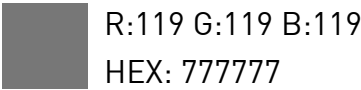


Paleta de colores

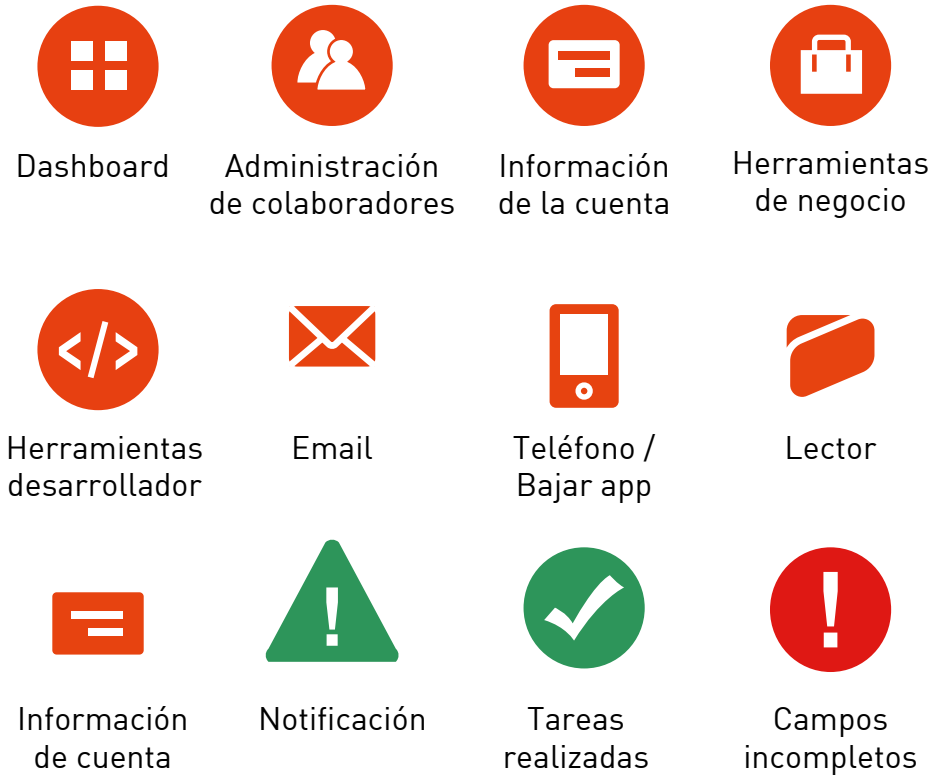
Tipografías y elementos



Mensajes y alertas



Iconografía



4.2 LA APLICACIÓN

Uno de los motores que mueven a Clip es la aplicación. A través de ésta es que el usuario puede realizar sus transacciones, así como configurar ciertas modalidades en las operaciones.

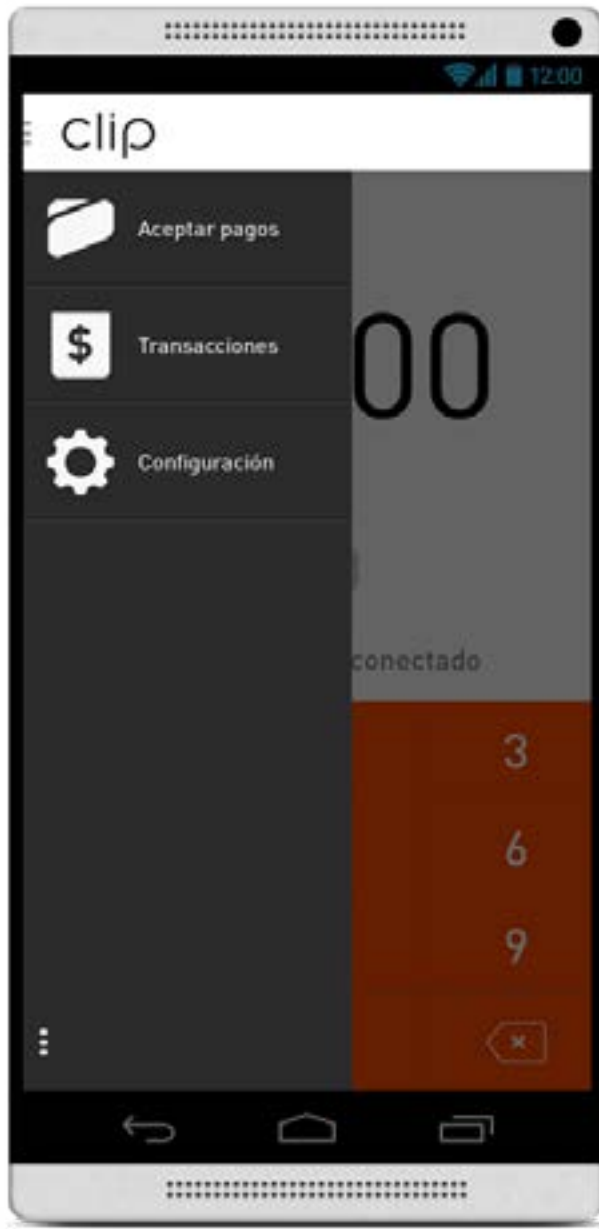
La aplicación debe tener un diseño limpio e intuitivo, es por esto que se busca mantener el mínimo de íconos en la interfaz.



Splash screen



Transacciones



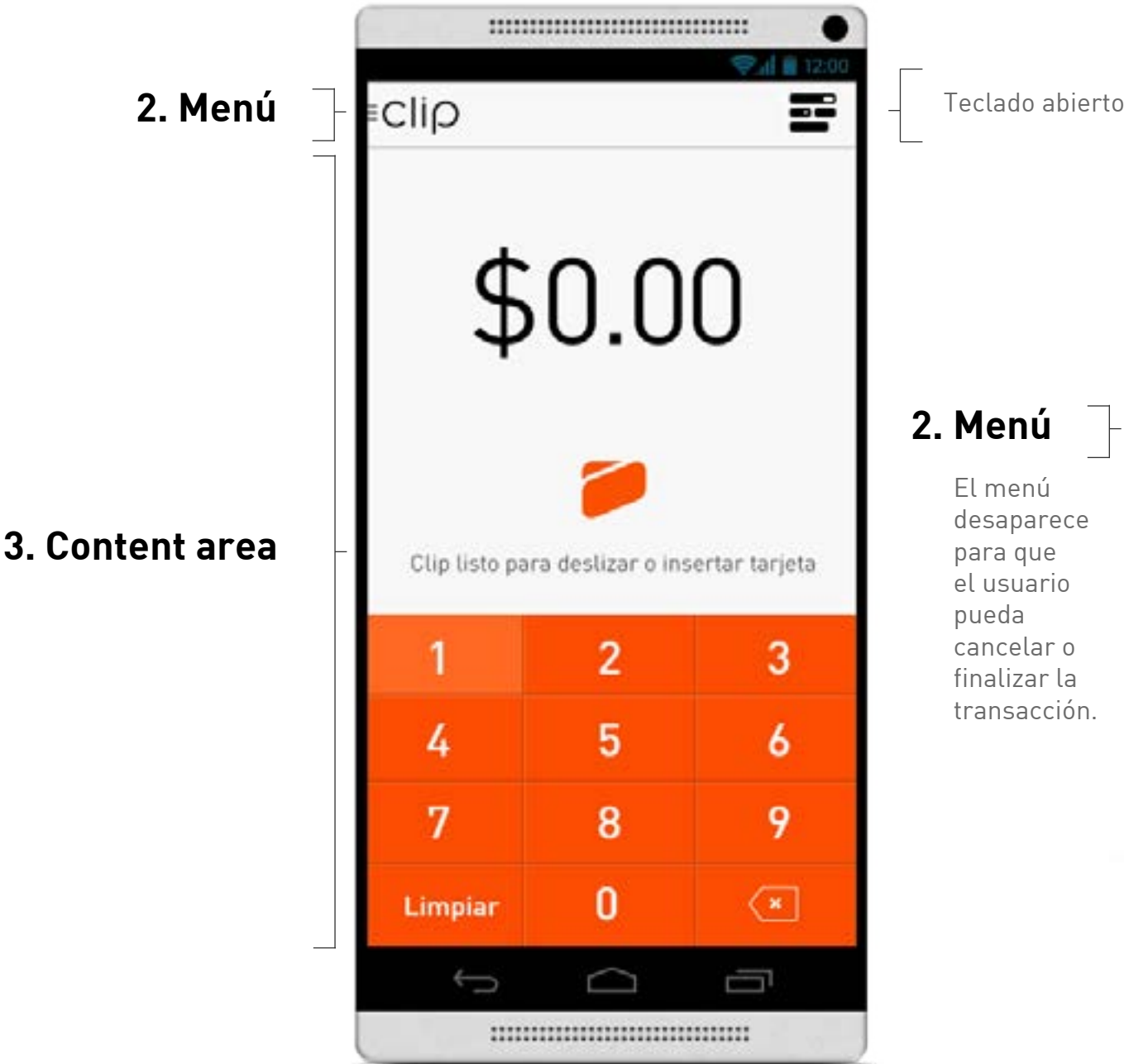
Menú

El layout general de la aplicación consta de 3 componentes:

- 1. Header
- 2. Menú
- 3. Área de contenido

El diseño es vertical para que el usuario tenga mayor espacio para realizar sus transacciones.

Solo cambia a posición horizontal cuando el cliente debe firmar.



Posición vertical



Posición horizontal

GUÍA DE ESTILO DE LA APLICACIÓN.

Tipografía

\$2.89

Mensaje

Mensaje de ventana

Título de ventana

Menú

BOTÓN

BOTÓN

Textos aleatorios

Din Pro regular, 36 pt
Helvetica Neue Bold, 10 pt
Din Pro regular, 10 pt
Din Pro regular, 11 pt
Din Pro regular, 10 pt
Din Pro medium, 10 pt
Din Pro medium, 10 pt
Din Pro regular, 10 pt

Paleta de colores

Tipografías

R:252 G:76 B:32
HEX: fc4c02

R:73 G:73 B:73
HEX: 494949

R: 51 G:181 B:229
HEX: 33b5e5

R:0 G:0 B:0
HEX: 000000

Fondo login

R:235 G:235 B:235
HEX: ebebeb

Ventanas / alertas

R:225G:229 B:229
HEX: e1e5e5

Menú

R:43 G:43 B:43
HEX: 2b2b2b

Botones

Botón

Botón

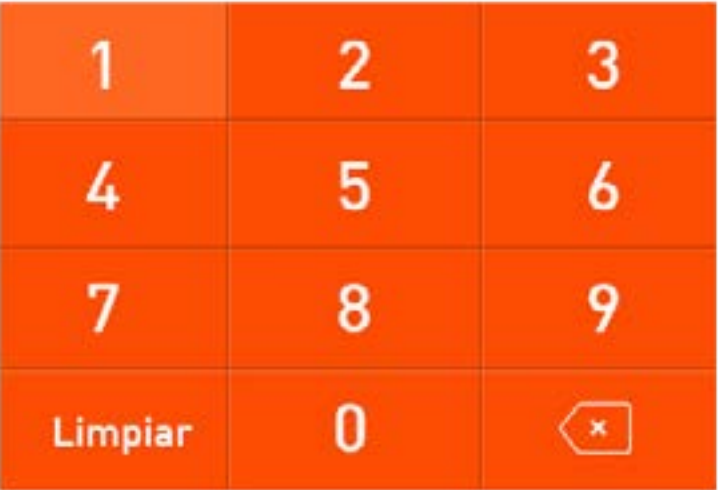
Log In

Botón Login

OFF

ON

Configuración



Teclado



Pop-up diálogo



Mensaje de alerta

Iconografía

Pagos

Transacciones

Configuraciones

Estado batería

Clip conectado

Clip desconectado

Menú

Teclado abierto

Número secreto

Versión para Android.

Dispositivos compatibles

Clip es compatible con los dispositivos Android que por lo general cumplan con los siguientes requisitos:

- Android versión 4.0 o superior
- Tamaño de pantalla de 3.5 pulgadas o más
- Salida de audio de manos libres
- Funcionalidad de GPS o servicios de geolocalización

Los usuarios pueden consultar en clip.mx los dispositivos Android compatibles o hablar a Customer Happiness si no encuentra un dispositivo en la lista.



Splash



Login



Aceptar pagos



Menú



Configuración



Mensualidades



Estado del lector



Transacciones

Versión para IOS.

Dispositivos compatibles

La aplicación de Clip es compatible con Apple iOS 6 o superior.

Los usuarios pueden consultar en clip.mx los dispositivos IOS compatibles o hablar a Customer Happiness si no encuentra un dispositivo en la lista.



Splash



Login



Aceptar pagos



Menú



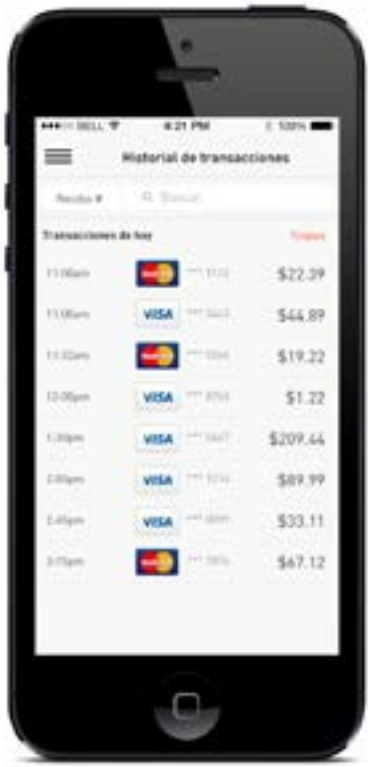
Configuración



Mensualidades



Estado del lector



Transacciones

Versión para tabletas.

Dispositivos compatibles

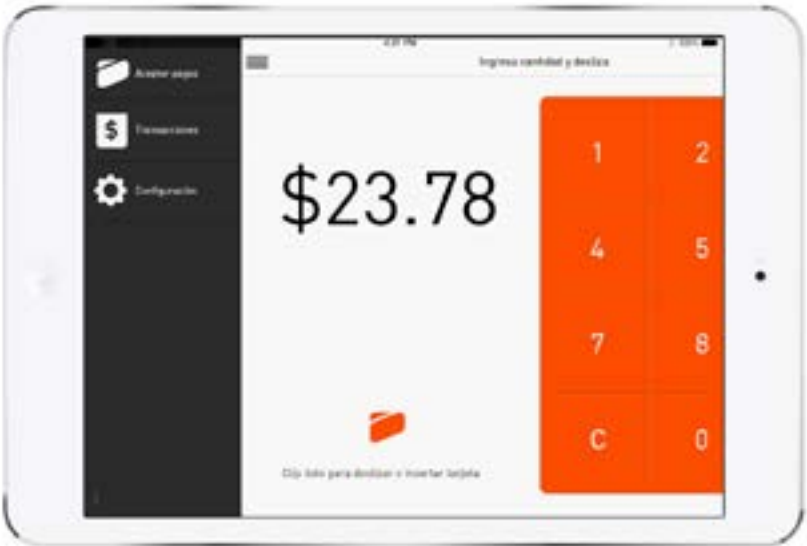
Al igual que en los Smartphones IOS y Android, se sugiere consultar la lista de los dispositivos compatibles con la aplicación.



Login



Aceptar pagos



Menú



Transacciones

Versión para Windows phone

Dispositivos compatibles

Está versión está disponible únicamente para los clientes de Microsoft del INADEM.



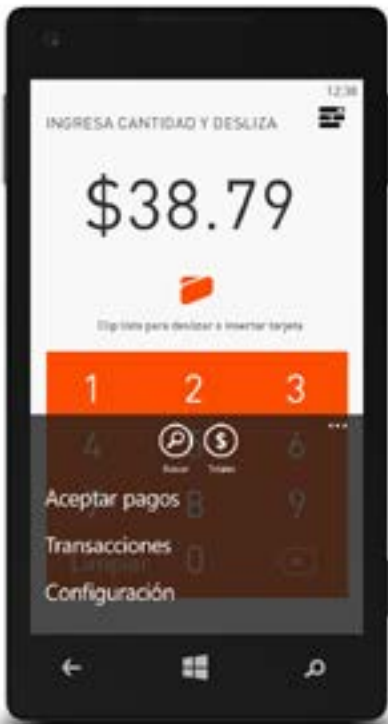
Splash



Login



Aceptar pagos



Menú



Configuración



Estado del lector

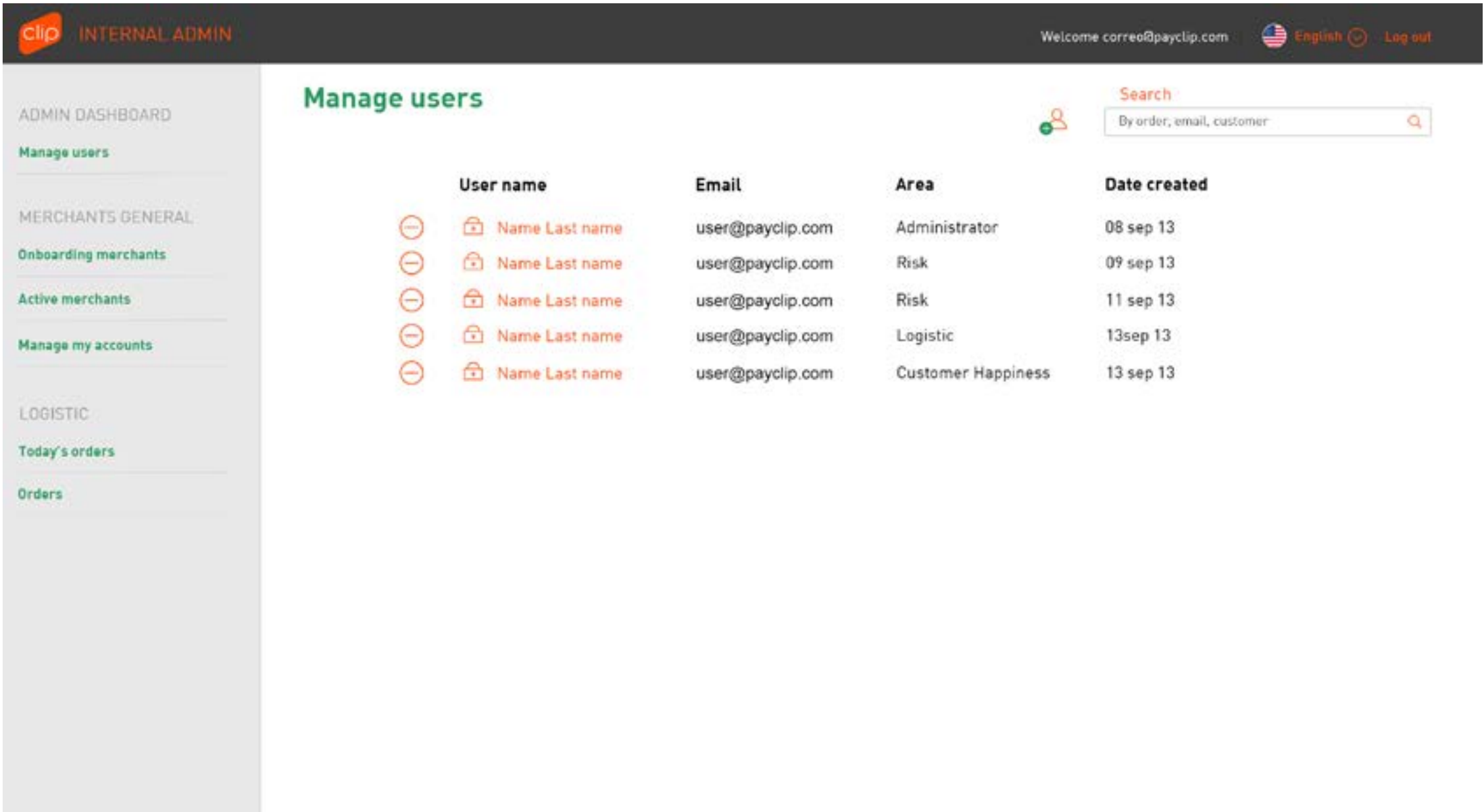


Transacciones

4.3 HERRAMIENTAS INTERNAS

Clip atiende las necesidades de los clientes a través de herramientas internas. Éstas deben ser ordenadas, funcionales y fáciles de navegar para que las áreas de Logística, Riesgo y Customer Happiness puedan responder de manera rápida y eficiente a los usuarios.

Una herramienta inteligente y usable. El administrador interno refleja esta practicidad con una interfaz limpia, estilizada y entendible para cualquier usuario dado de alta por el administrador.



Administrator Admin Dashboard screen

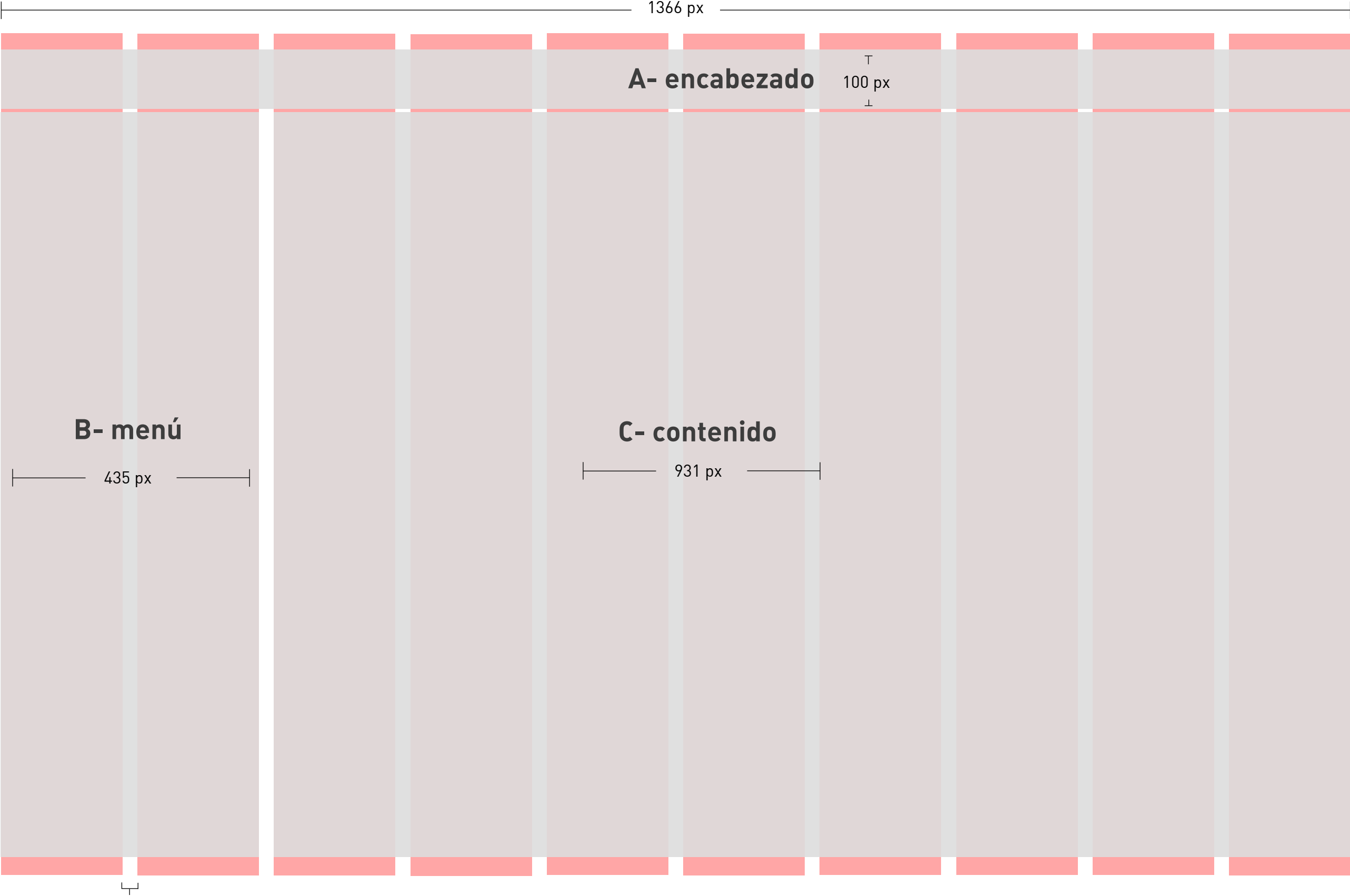
Diseño responsivo.

Los bloques del administrador están seccionados en 3 componentes principales:

- a) Encabezado
- b) Menú
- c) Contenido

Retícula.

El sistema de retícula es de 10 columnas con margen de 10 pixeles entre cada una.



El layout general del administrador interno consta de tres componentes:

- 1. Header
- 2. Menú
- 3. Área de contenido

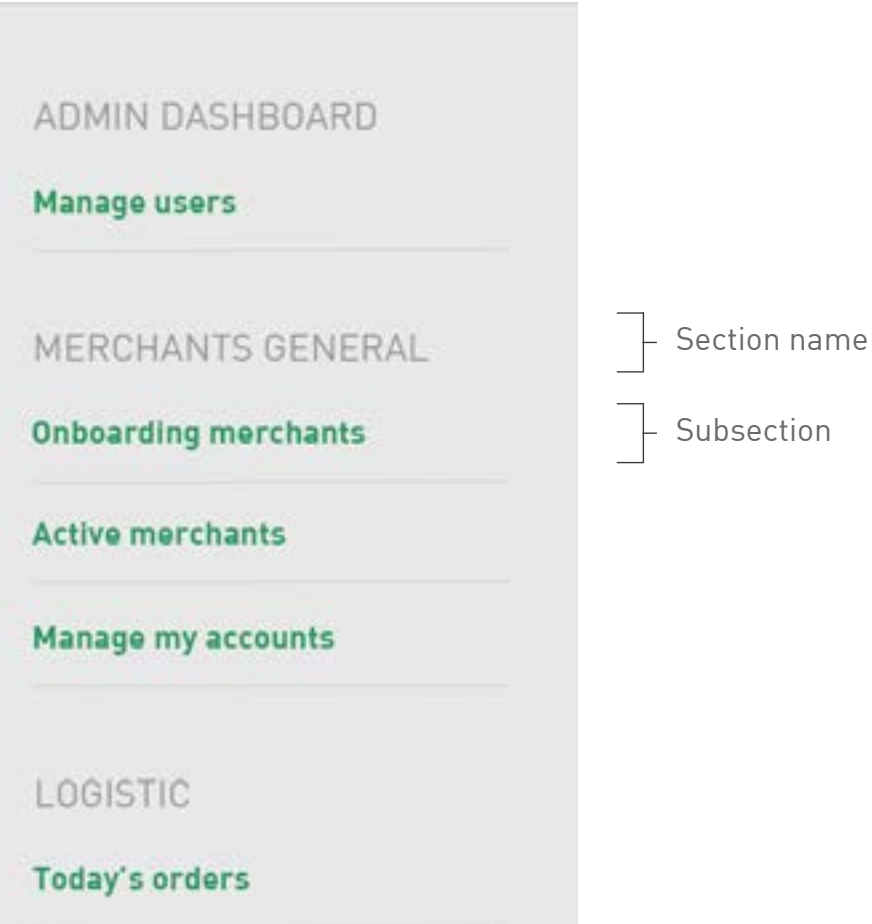
En el área de contenido, la barra de búsqueda y el nombre de sección permanecen fijas.

El contenido varía de acuerdo a la sección seleccionada.

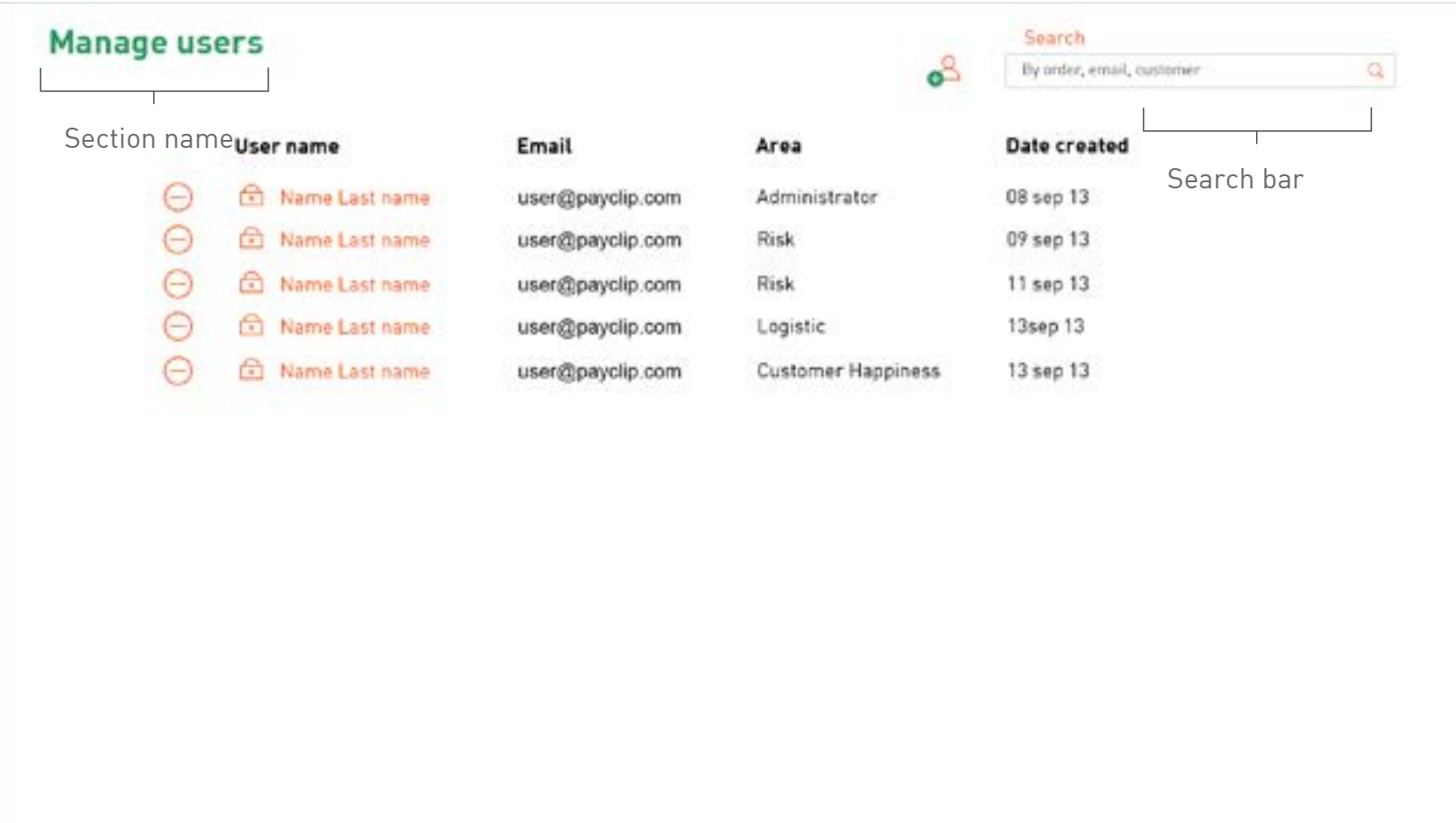
1. Header



2. Menú



3. Content area



GUÍA DE ESTILO DEL ADMINISTRADOR INTERNO.

Tipografía

Título sección

Título columna

TÍTULO MENÚ

TÍTULO SECCIÓN

Título submenú

cuerpo de texto

links

Botones



Din bold, 24 pt

Din bold, 18 pt

Din alternate regular, 14 pt

Din alternate regular, 14 pt

Din bold, 14 pt

Din bold, 14 pt

Din bold, 14 pt



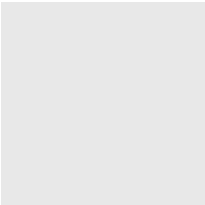
Paleta de colores

Header



R:61 G:61 B:61
HEX: 3d3d3d

Menú



R:232 G:232 B:232
HEX: 686868

Barra de menú



R:47 G:153 B:98
HEX: 2f9962

Tipografías



R:252 G:76 B:32
HEX: fc4c02



R:151 G:151 B:151
HEX: 979797



R: 57 G:235 B:143
HEX: 39eb8f

Iconografía



Más info



Español



Inglés



Alerta



Adjuntar



Eliminar



Agregar



Cerrar



Buscar



Ticket



Editar



Agregar



Restricción



Ver info



Desplegar



Usuario



Correo



Ordenar



Transacción



Límites



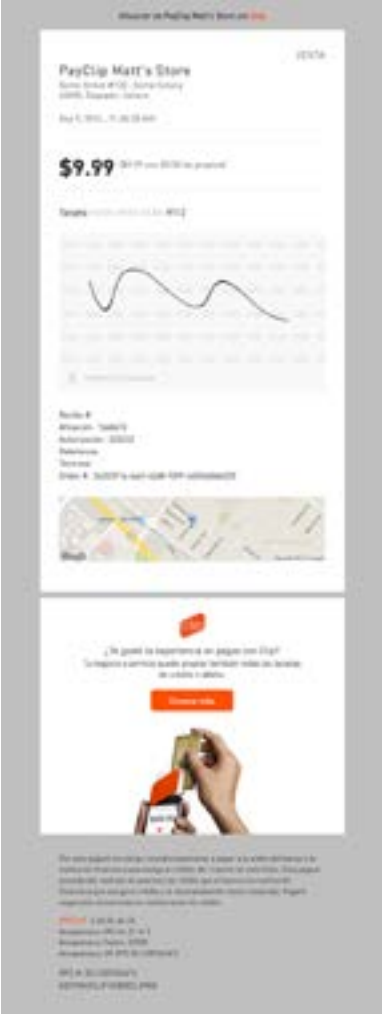
Merchant



Vetting

4.4 COMUNICACIÓN

Las comunicaciones que se envían a los usuarios y sus clientes son fundamentales para atender dudas y/o brindar información.



Correos electrónicos

Informan al usuario de Clip de todos lo movimientos que realiza a través de la app, su cuenta de Clip y comunicados por parte del área de atención a clientes.

Reportes de venta / Estados de cuenta

El usuario obtiene la información detallada y desglosada de sus transacciones y depósitos. De esta forma tiene control absoluto de su dinero.

Tickets de venta

Es el medio por el cual los clientes de los comerciantes comprueban que sus compras son confiables y seguras.

LINEAMIENTOS GRÁFICOS

Cabecera

En el caso de los correos, Reportes de ventas y Estados de cuenta, el logo de Clip debe usarse en la cabecera de la comunicación y de acuerdo a los lineamientos de uso del logo.

Cabecera de correos



Cabecera de Reporte de ventas y Estados de cuenta



En el caso de los tickets de venta, el logo de Clip no se usará en la cabecera para evitar restarle protagonismo al negocio que realizó la transacción.

En su lugar se usará una leyenda que indique que la transacción del negocio se realizó con Clip.

eVoucher de helado oscuro procesado con **Clip**

Footer

Se utiliza para proporcionar información legal, así como para los derechos reservados de Clip. Es recomendable no repetir el logo si ya se usó en la cabecera para no ser reiterativos.

Footer de correos actual



Footer de correos deseable



Para los Reportes de ventas y Estados de cuenta se aconseja que la información mostrada sea la dirección fiscal de Clip y sin mayor adorno que el texto.

Footer de Reporte de ventas v Estado de cuenta

Payclip Inc. | Avenida Azcapotzalco 696 int. 21 A 2, Azcapotzalco Centro, México, D.F. C.P. 02000

En los tickets de venta se incluye solo texto e información legal.

Por este pagaré me obligo incondicionalmente a pagar a la orden del banco o la institución financiera que otorga el crédito del importe de este título. Este pagaré procede del contrato de apertura de crédito que el banco o la institución financiera que otorga el crédito y el tarjetahabiente tienen celebrado. Pagaré negociable únicamente en instituciones de crédito.

Payclip Inc. S de RL de CV | Avenida Azcapotzalco 696 int. 21 A 2, Azcapotzalco Centro, México, D.F. C.P. 0200

RFC: BLI120726UF6
NETPAY/CLIP 01800CLIPMX

4.5 REDES SOCIALES

La comunicación online debe ser consistente con la aplicación, el sitio web y los comunicados, sin embargo tiene a la mano más recursos de creatividad y colores que los demás.

Construcción de una voz

Clip es una marca que comienza a posicionarse, por lo que la labor de community management es fundamental para crecer a la comunidad Clip y sus seguidores.

La estrategia de contenido y gráfica no pueden ir separadas ya que los mensajes se refuerzan con el apoyo gráfico.

¿Cuáles son las palabras clave que buscan representar el espíritu de Clip ?

Limpio

Directo

Amigable

Confiable

Profesional

Fácil

Útil

Dinámico

Vivo

Eye-catching

Cohesivo

Sútil

Inpirador

Joven

Categorías de contenido editorial

Como si fuéramos una casa editorial, hablamos sobre temas comunes.

Mundo de pagos

Líderes de opinión; muestra el liderazgo de Clip en el mundo de fintech / startup.

Tips para tu negocio

Contenido que ayuda a nuestros comerciantes a crecer su negocio con éxito, cuidando de ser relevantes en nuestra categoría.

Emprendedores (estilo de vida)

Las PyMEs están conduciendo la economía de México. Nosotros celebramos su ambición y los inspiramos para ser exitosos.

Conoce Clip

Contenido que ayude a los usuarios a entender a Clip en el funnel (antes, durante y después de la conversión).

Negocios Clip

Presentar a nuestros comerciantes contando su hisotira y cómo Clip se ha convertido en su aliado para su éxito.

Guía de estilo visual

Nuestro vocabulario visual se conforma de cuatro componentes.

Fotografía

¿Para qué tipo de contenido?
Mundo de pagos, tips para tu negocio y presencia en las redes.

Ilustración

Contenido que ayuda a nuestros comerciantes a crecer su negocio con éxito, cuidando de ser relevantes en nuestra categoría.

Fotografía más contornos

Las PyMEs están conduciendo la economía de México. Nosotros celebramos su ambición y los inspiramos para ser exitosos.

Íconos

Contenido que ayude a los usuarios a entender a Clip en el funnel (antes, durante y después de la conversión).

Guía de estilo de redes sociales - fotografía

Las fotos son usadas para links externos o links a nuestro propio blog (todo el banco de imágenes para el contenido del blog serán compilados para este efecto).

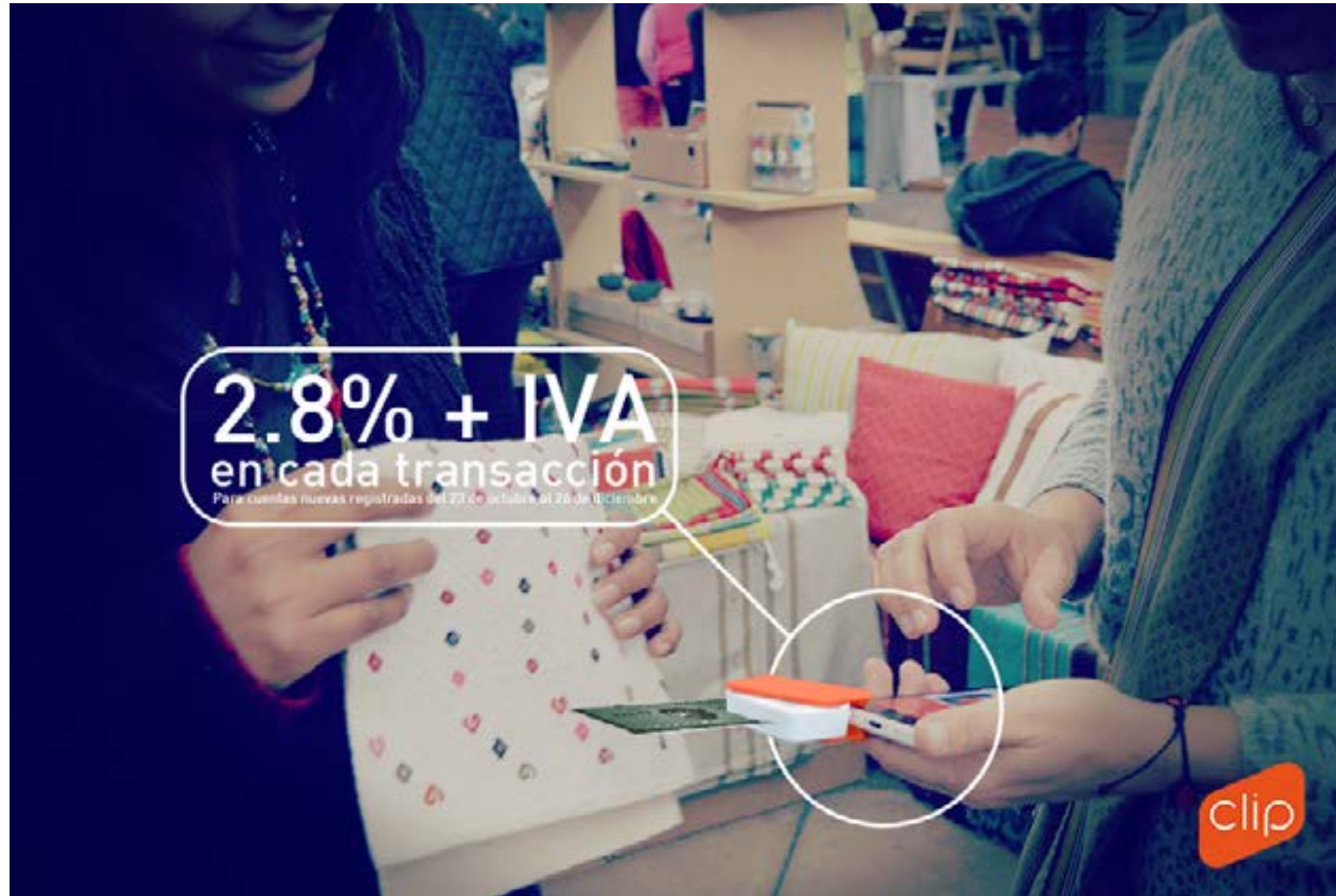


Tratamiento de imágenes

Buscamos colores vibrantes para el fondo (alguna veces con un filtro desenfocado, estilo bokeh) que ayuden a resaltar el Lector o la Propuesta de valor.

Guía de estilo de redes sociales - outlines

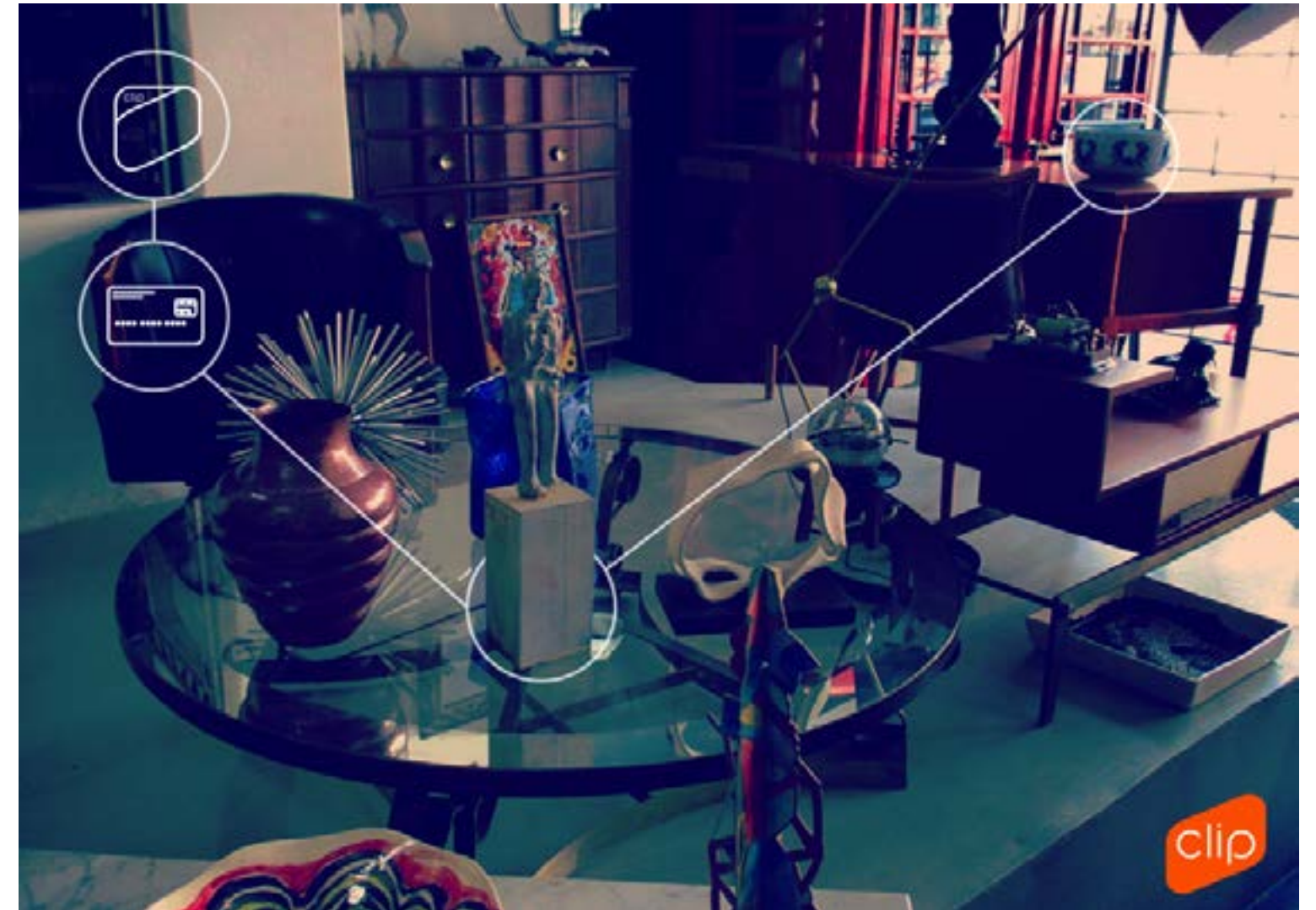
Los outlines se utilizarán para resaltar la presencia de la marca en los eventos que patrocinamos o en los que participamos. Buscamos estar presentes sin ser abrumadores.



Fotografía + outline

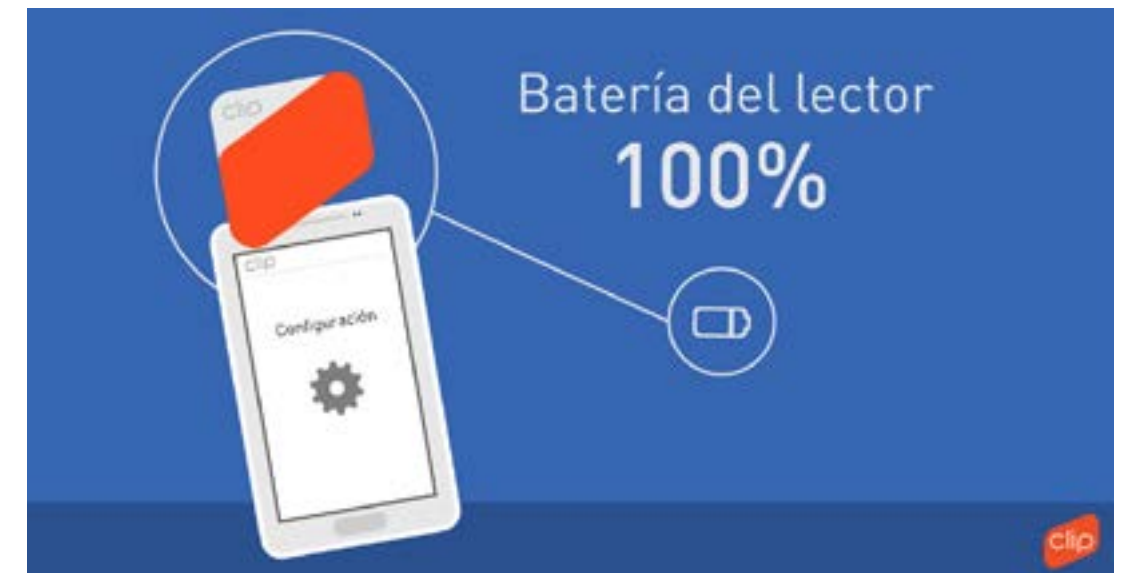
Queremos que Clip tenga presencia pero no toda la atención. La idea de los outlines viene de esta presencia sutil que estamos buscando en esta línea de posteos.

Guía de estilo de redes sociales - outlines



Guía de estilo de redes sociales - ilustración

Los usuarios necesitan identificar el contenido que los informa sobre cómo usar nuestro producto, su propuesta de valor y beneficios.



Estilo de ilustración

Para llevar a cabo este propósito, usamos ilustraciones planas y una paleta de colores vibrantes que nos ayudan a resaltar y llamar la atención del usuario. El estilo de la ilustración es dinámico, simple y amigable (sin ser infantil o demasiado caricaturizado).

Guía de estilo de redes sociales - iconografía

Recurrimos a un estilo visual de íconos cuando los posts requieran de una respuesta rápida.



Usos

- Para identificar un tema de tendencia sobre algo en específico.
- Para celebrar a los #NegociosClip con un estilo que los identifique.

5. GUÍA DE ESTILO OFFLINE

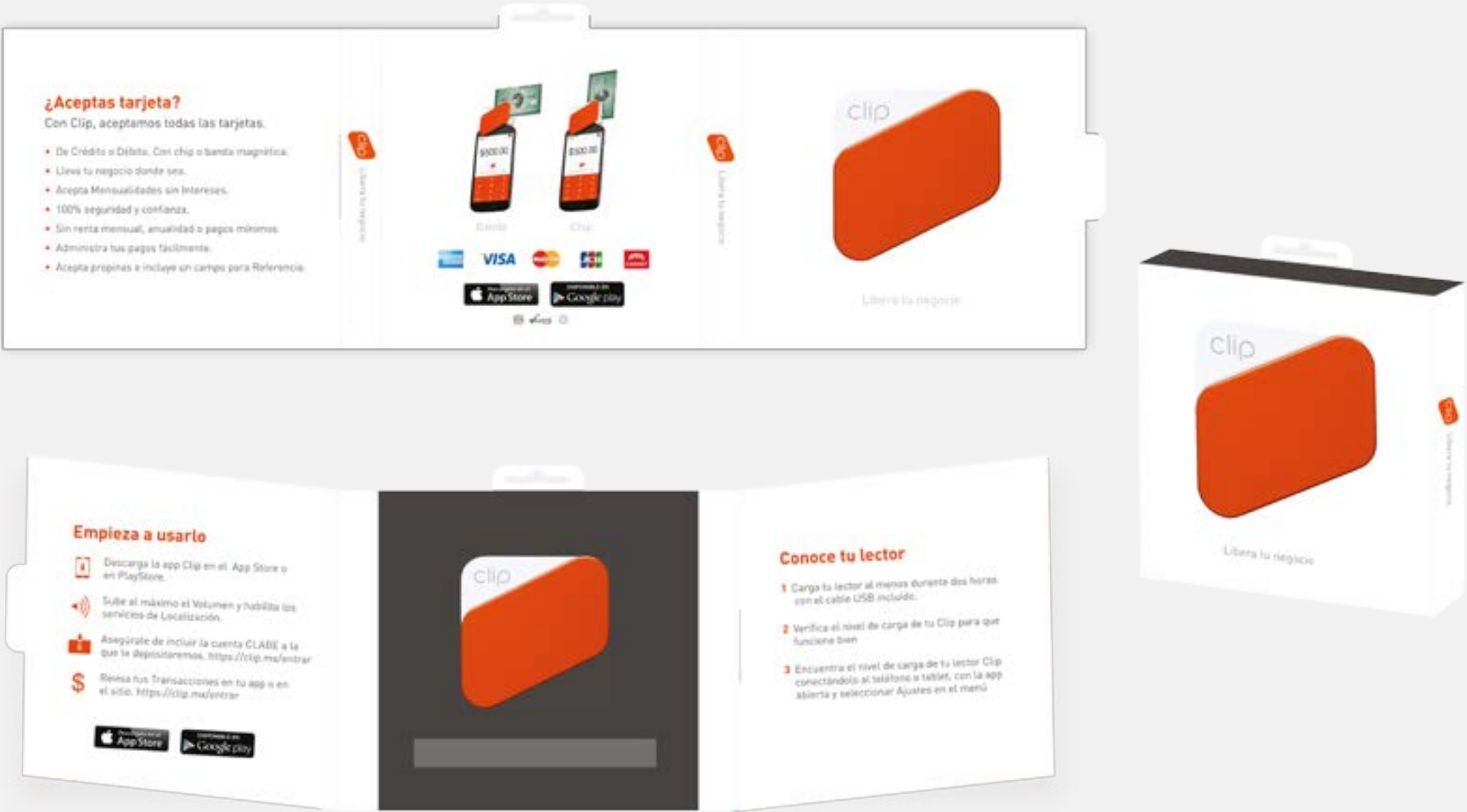
Así como hemos cuidado cada detalle en la identidad de nuestra marca, nuestros impresos y artículos promocionales tienen el mismo cuidado. Nuestra meta es innovar en cada detalle que caracteriza a nuestros empaques. Nuestra imagen y contacto con el exterior debe ser de manera clara y concisa; lograr la perfecta combinación entre ambos sin dejar de lado nuestro atractivo visual.

5.1 EMPAQUE (eCOMMERCE)

Todos los elementos gráficos del empaque están balanceados y en proporción entre ellos.

Buscamos que nuestro empaque sea una guía de uso para todos aquellos que lo usan.

Comunicamos nuestra propuesta de valor mostrando los beneficios de una manera clara y concisa.



Empaque e-Commerce

5.2 EMPAQUE (Blister)

Todos los elementos gráficos del empaque están balanceados y en proporción entre ellos.

Buscamos que nuestro empaque sea una guía de uso para todos aquellos que lo usan.

Comunicamos nuestra propuesta de valor mostrando los beneficios de una manera clara y concisa.

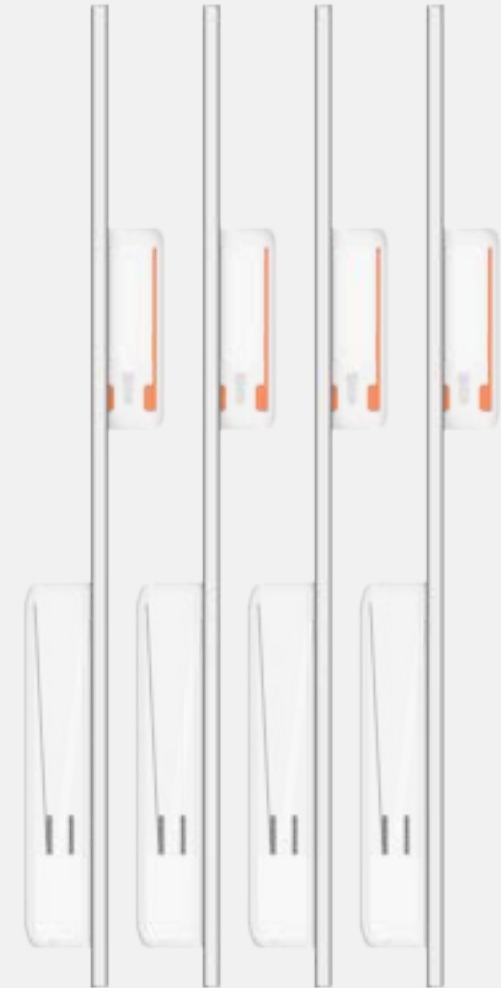
Front



Back



Side



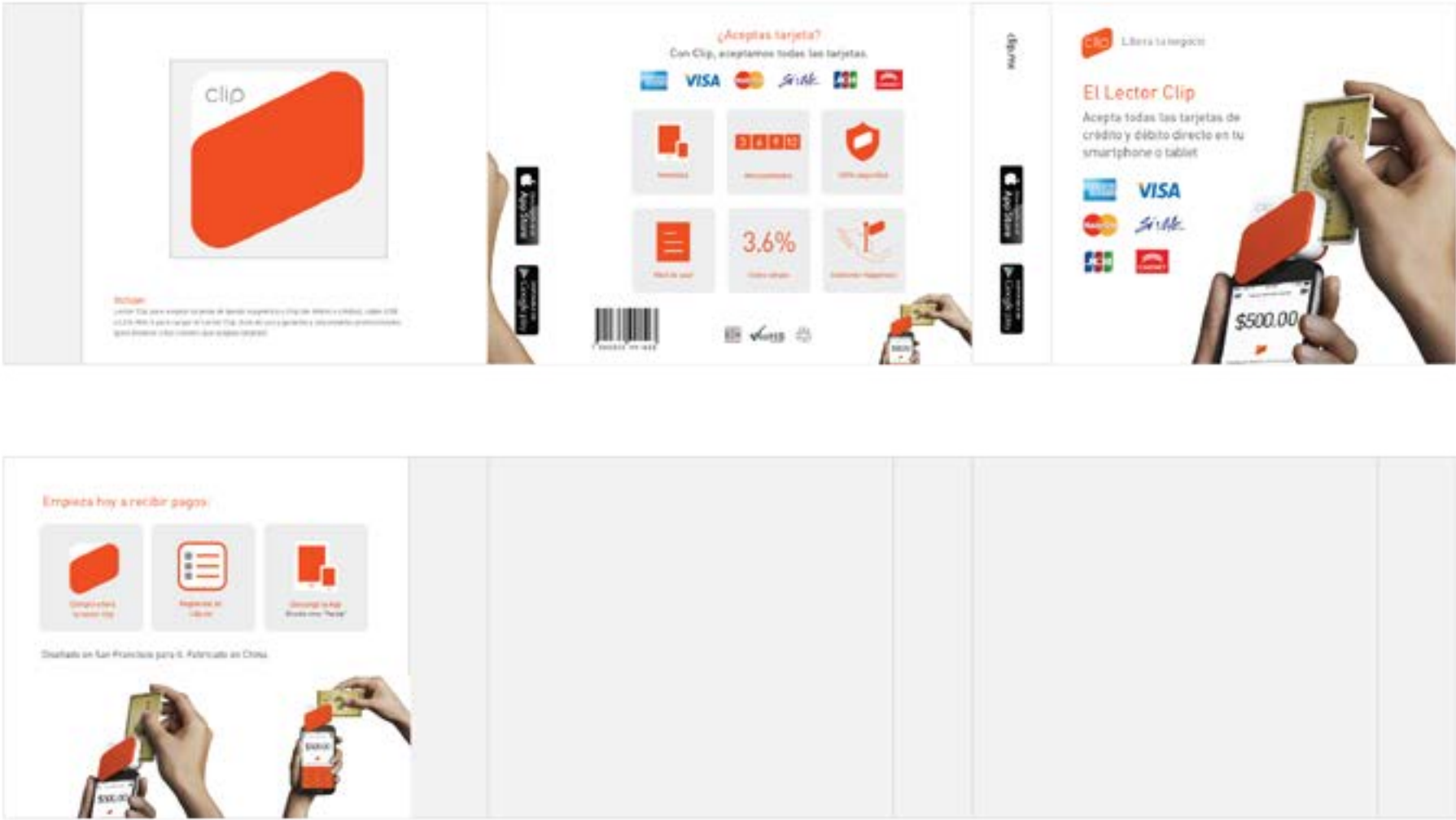
Blister para Sam's Club

5.3 EMPAQUE (Retail)

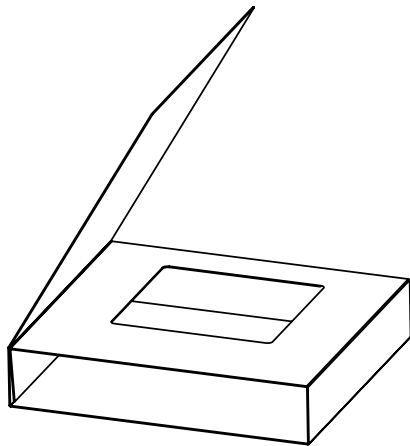
Todos los elementos gráficos del empaque están balanceados y en proporción entre ellos.

Buscamos que nuestro empaque sea una guía de uso para todos aquellos que lo usan.

Comunicamos nuestra propuesta de valor mostrando los beneficios de una manera clara y concisa.



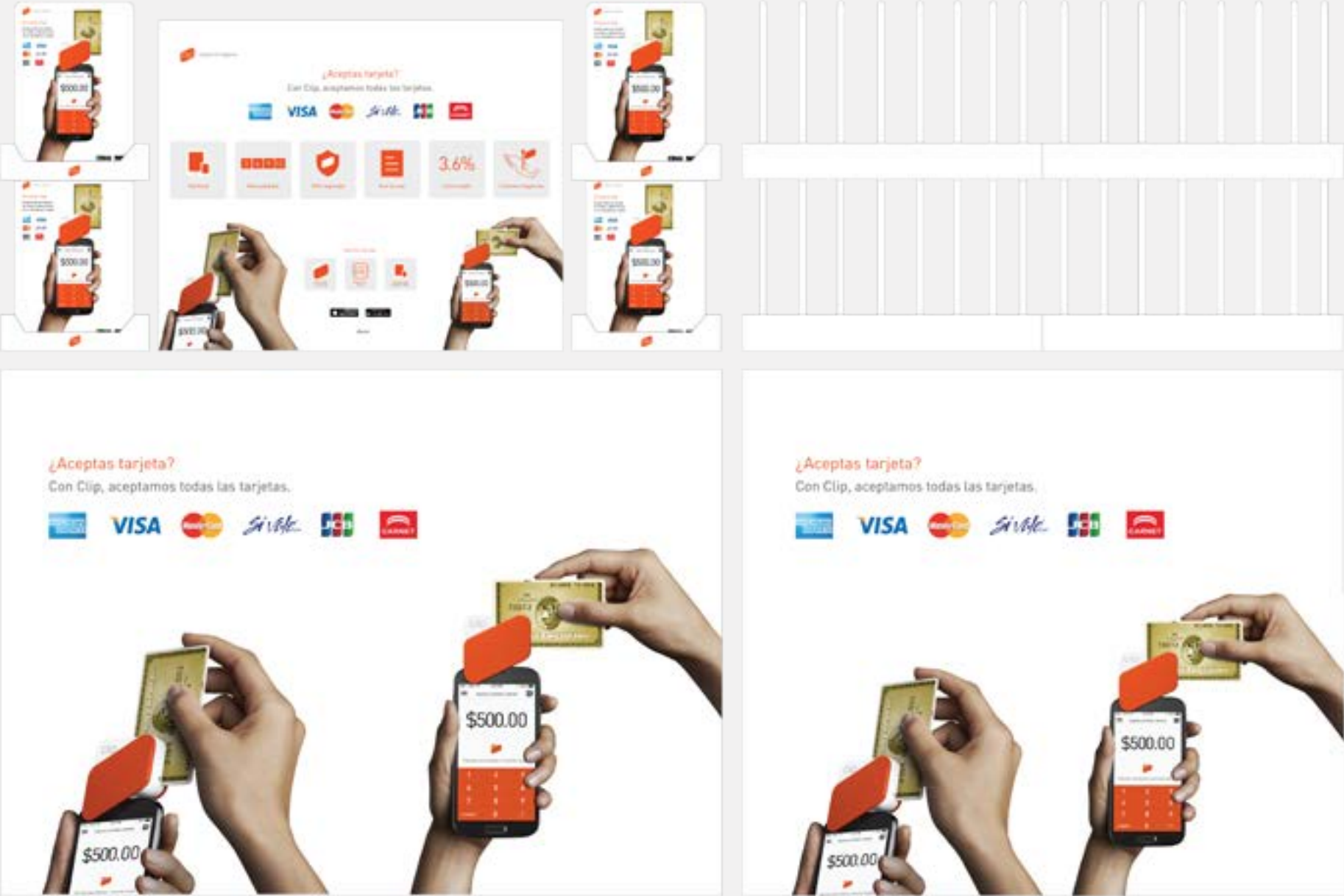
Empaque Retail



5.3 EMPAQUE (Pallet)

Todos los elementos gráficos del pallet están balanceados y en proporción entre ellos.

Buscamos que nuestro pallet sea llamativo y que comunique la propuesta de valor de Clip.

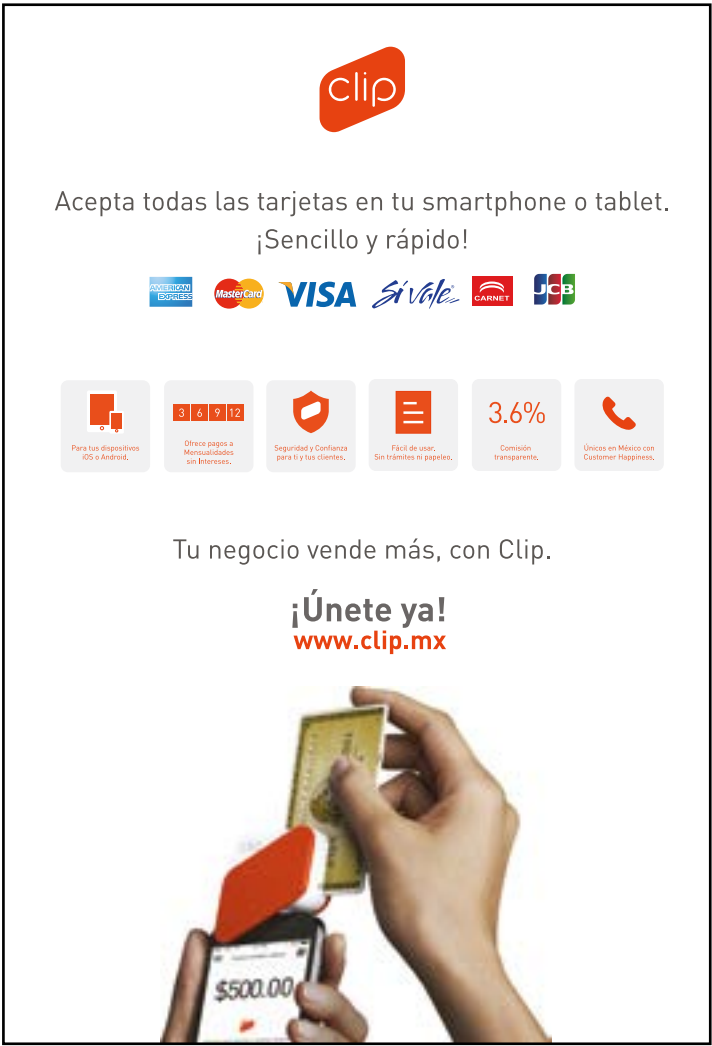


Blister para Sam's Club

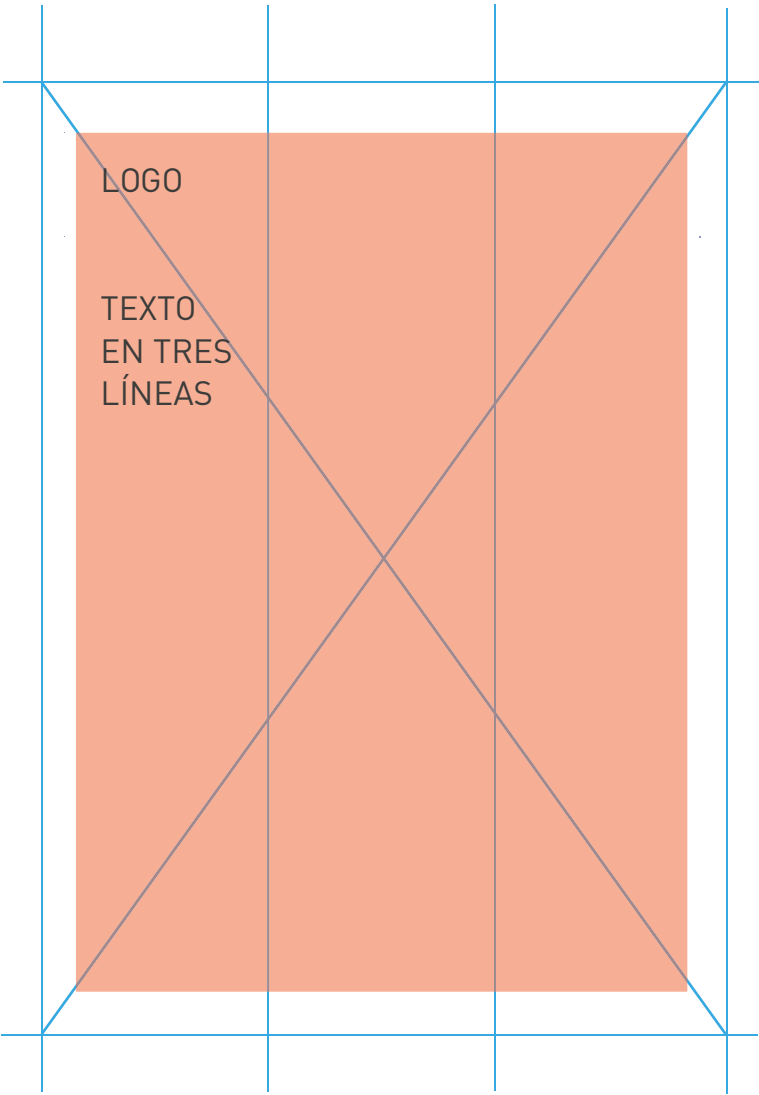
5.4 ANUNCIOS

Nuestros materiales gráficos comunican la propuesta de valor de una manera clara y concisa para que todos puedan entenderla.

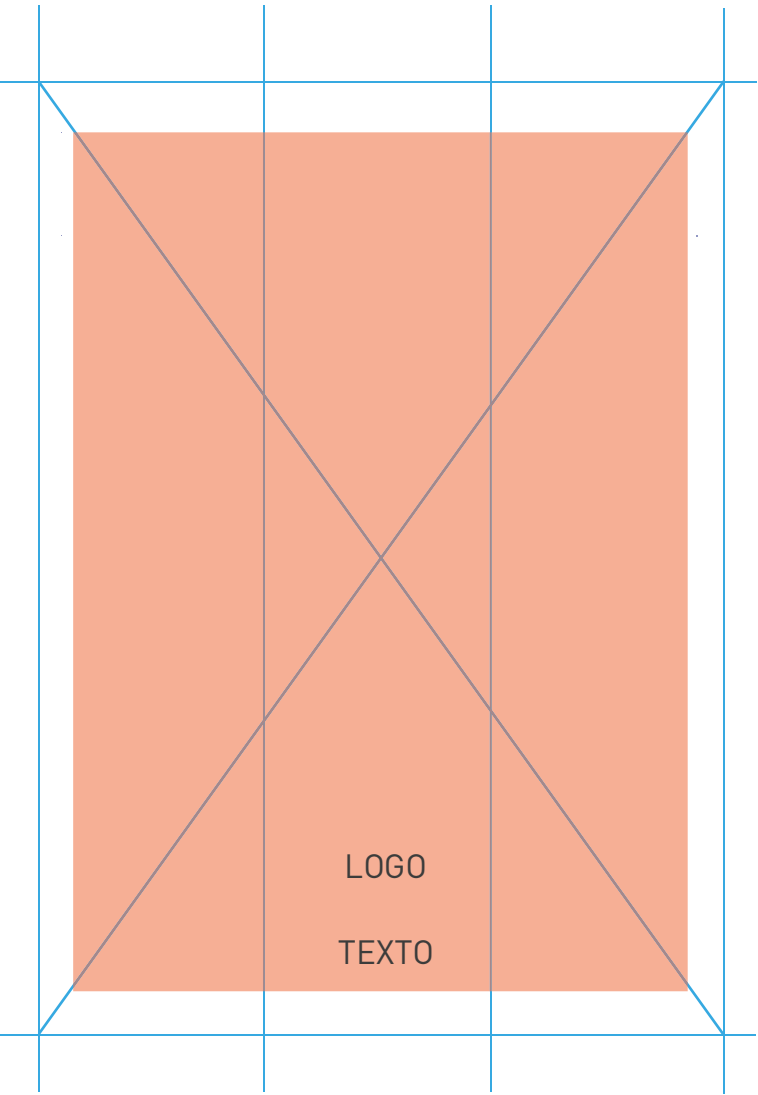
Todos los elementos gráficos del empaque están balanceados y en proporción entre ellos.



Anuncio alineado al centro



Alineado a la izquierda



Alineado al centro

5.4.1 ANUNCIOS (Revista)



¿Aceptas tarjeta?

Con Clip aceptas todas las tarjetas en tu smartphone o tablet.

 **Más ventas, donde sea.**
Recibe todas las tarjetas: de crédito o débito.



Ofrece a tus clientes Mensualidades sin Intereses.

 **Fácil de usar.**
Regístrate en 5 minutos. Sin RFC.
Sin renta mensual, penalizaciones, ni mínimos.

 **100% seguro y confiable.**
Jamás guardamos información de las tarjetas.
Sistema de monitoreo automatizado contra fraudes.

 **Nuestra misión: Customer Happiness.**
Nuestro equipo local entiende y valora tu negocio.
Únicos con ayuda telefónica y en Facebook, de Lunes a Sábado.

Únete ahora en **clip.mx**



Encuétranos en 

Anuncio doble en revista

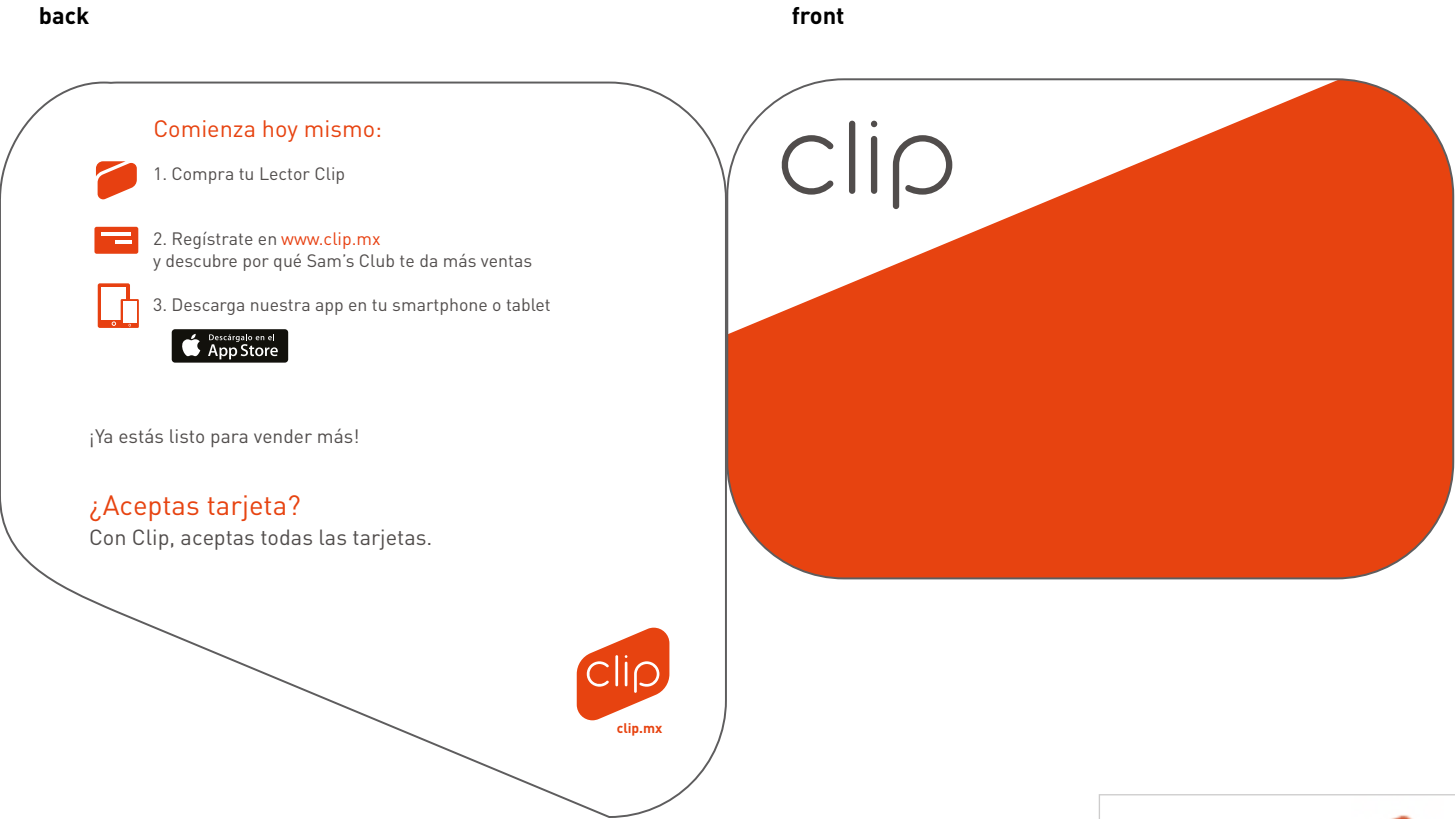
5.5 PAPELERÍA CORPORATIVA



5.5.1 FLYERS

Nuestros materiales gráficos comunican la propuesta de valor de una manera clara y concisa para que todos puedan entenderla.

Todos los elementos gráficos del empaque están balanceados y en proporción entre ellos.



Flyer para Sam's



Flyer Oxxo



Flyer general



Flyer para comisionistas

6. MERCANCÍA DE MARCA

Nuestra mercancía de marca nos ayuda a posicionarnos en el imaginario colectivo. A través de diversos ítems podemos comunicar de diferente manera nuestra propuesta de valor y así posicionarnos como los líderes en el mercado.

Además nos gusta hacerlo de manera creativa e innovadora.

6.1 ITEMS

Comunicamos nuestra propuesta de valor mostrando los beneficios de una manera clara y concisa a través de materiales promocionales que nos ayudan a crear conciencia de la marca.



Stickers



Playeras

6.2 STAND Y BANNERS

Nuestra presencia en eventos se refuerza con los materiales promocionales que ayudan a comunicar nuestra propuesta de valor.

Mostramos nuestros beneficios de una manera clara y concisa.



Stand



Banner Roll up

6.2 STAND Y BANNERS



¿Aceptas tarjeta?

clip

Con Clip aceptas todas las tarjetas en tu smartphone o tablet

- Más ventas, donde sea
- Seguro y confiable
- Fácil de usar
- Nuestra misión: Customer Happiness

AMERICAN EXPRESS MasterCard VISA Si Vale CARNET JCB

¡Únete ya!
www.clip.mx

The banner features two hands holding smartphones displaying the Clip app interface with a transaction of \$500.00. A gold American Express card is being held over the phones. The background is white with the Clip logo and a list of supported card brands.

Press Wall para eventos