

EL GRAN PEÓN

Herencia Clásica

|

Manual de Marca

INTRODUCCION

Este manual establece los principios que definen la identidad de El Gran Peón.

No es un documento decorativo ni una guía flexible.

Es un marco de criterio pensado para proteger el carácter de la marca a lo largo del tiempo y asegurar coherencia en cada aplicación, producto y decisión.

El Gran Peón es una marca construida desde el oficio, la tradición y la continuidad.

No responde a modas ni a tendencias pasajeras.

Su identidad se apoya en valores que no cambian: el respeto por los materiales nobles, el trabajo minucioso, la importancia de los detalles y la búsqueda de objetos que perduren.

Este manual existe para preservar esa herencia.

Su función es ordenar, unificar y dar claridad, tanto hacia adentro como hacia afuera.

Cada uso del nombre, del logotipo, de la tipografía, del lenguaje y de la estética debe responder a los principios aquí definidos..

PROPOSITO DEL MANUAL

El propósito de este manual es garantizar que la identidad de El Gran Peón se mantenga sólida, reconocible y fiel a su esencia, independientemente del canal el formato o el contexto en el que se exprese.

Sirve como referencia para:

diseño gráfico y visual
comunicación comercial
desarrollo de productos
experiencia de compra
colaboraciones y extensiones de marca

Ante cualquier duda, este manual debe ser el primer punto de consulta.

ESENCIA DE LA MARCA

Propósito:

Preservar el valor del oficio y de los objetos bien hechos, creando piezas que acompañen el tiempo, se usen con orgullo y mantengan su sentido más allá de las modas.

Visión

Ser una marca que se sostenga fiel a su identidad, reconocida por su coherencia, su respeto por la tradición y su capacidad de crear objetos que envejecen con dignidad y ganan valor con el uso.

Personalidad

El Gran Peón es una marca sobria, segura y austera. Habla con calma, sin exagerar ni justificarse. Tiene carácter, criterio y una fuerte conexión con lo clásico. No busca llamar la atención pero se hace notar por su presencia y solidez.

Territorio emocional

El Gran Peón debe generar una sensación de confianza, pertenencia y satisfacción duradera. Emoción al recibir un objeto bien hecho. Orgullo al usarlo. Tranquilidad al saber que las cosas buenas se compran una sola vez.

LENGUAJE COMERCIAL

Que es?

Es como habla la marca cuando vende,
sin dejar de ser quien es, explica cual es su criterio.

El lenguaje de la marca El Gran Peon debe ser:
Sobrio, Claro, Austero, Seguro, Sin exageraciones.

No empuja, no seduce con urgencia, habla como alguien que sabe lo que hace.

Reglas claras:

Se hace

Frases simples y bien construidas, Vocabulario preciso
Ritmo calmo, Tono seguro, sin justificar.
Primera persona del plural (“hacemos”, “creemos”)

No se hace

No se grita, No se exagera, No se vende con urgencia
No se usa lenguaje marketinero, No se explica de más.

Palabras que se repiten en la marca:

oficio, tradición, herencia, clásico, materiales nobles
hecho a mano / artesanal (cuando aplique de verdad)
durabilidad, solidez, detalle, tiempo, uso, carácter,
Premium, Joya, Extranjero.

Palabras que se evitan:

Lujo, Imperdible, Tendencia, Barat, Unico en el mercado
el mejor, oferta unica

.

Como se describen los productos?

Qué es y de que campania, Cómo está hecho
Qué materiales usa, Para qué sirve / cómo se usa
Qué lo hace durar.

Sin adjetivos vacíos, con hechos.

Ejemplo: Este cuchillo está hecho en acero al carbono trabajado a mano fabricado en Tandil, con mango de madera y detalles en alpaca.
Cada pieza se realiza con atención al detalle y respeto por el material.
Es un objeto pensado para el uso diario sólido en la mano y duradero en el tiempo.
Un producto que acompaña al asador.

no promete
no exagera
no empuja
afirma

Como comunicar los precios en negociaciones?

El precio no se justifica, no se compara.
La respuesta no es defensiva, es tranquila:
Por ejemplo: “Porque está hecho de esta manera, con estos materiales que hacen que tal cosa sea mejor y ademar por el nivel de detalle”

Lenguaje en RRSS

Menos publicaciones, mejor contenido, una frase bien escrita o una buena foto vale más que diez posteos vacíos.

LOGOTIPO VARIABLES

1)



2)



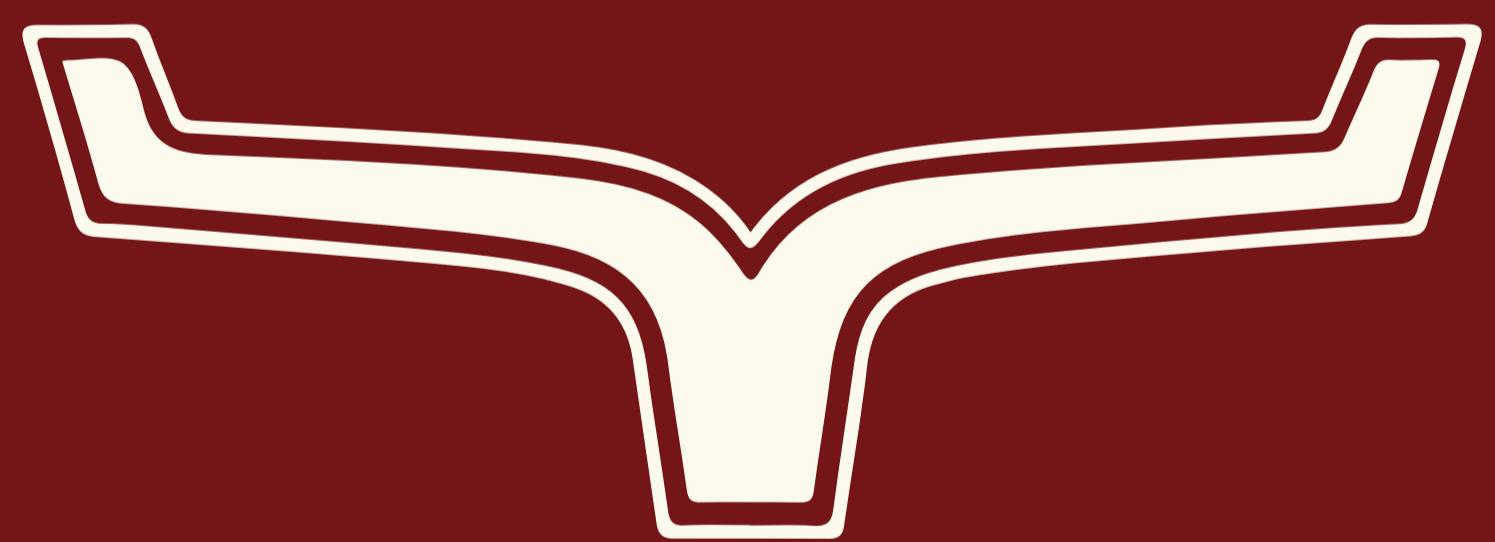
3)



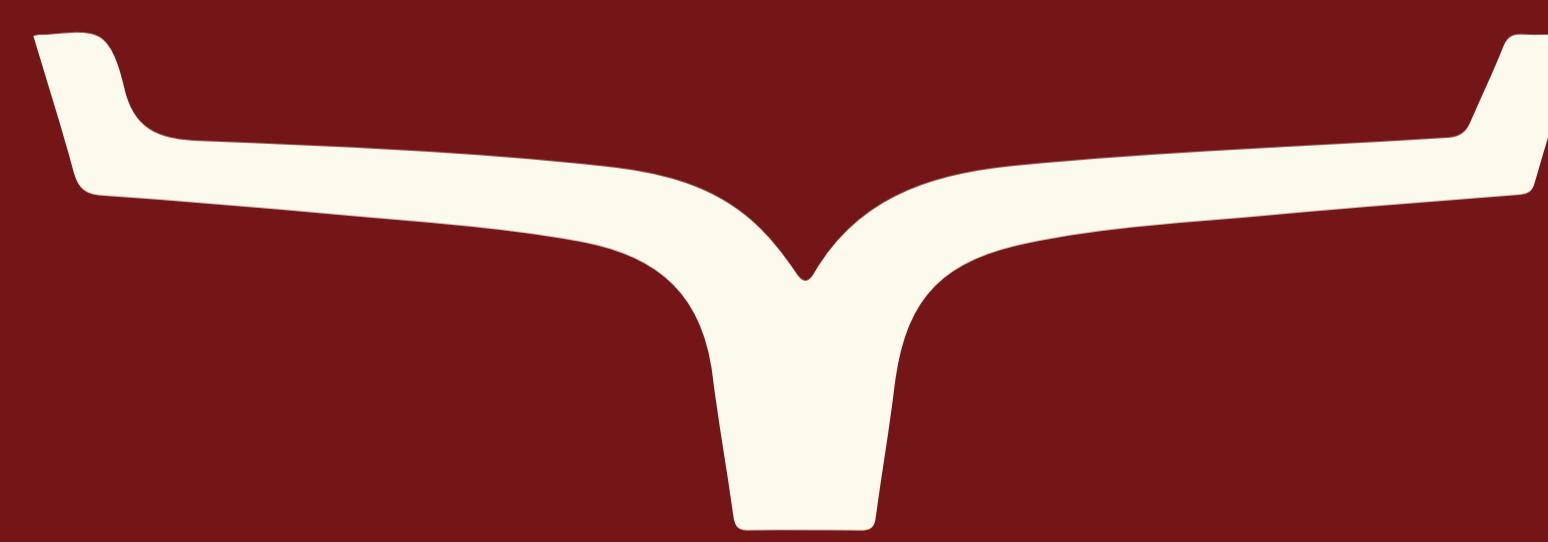
4)



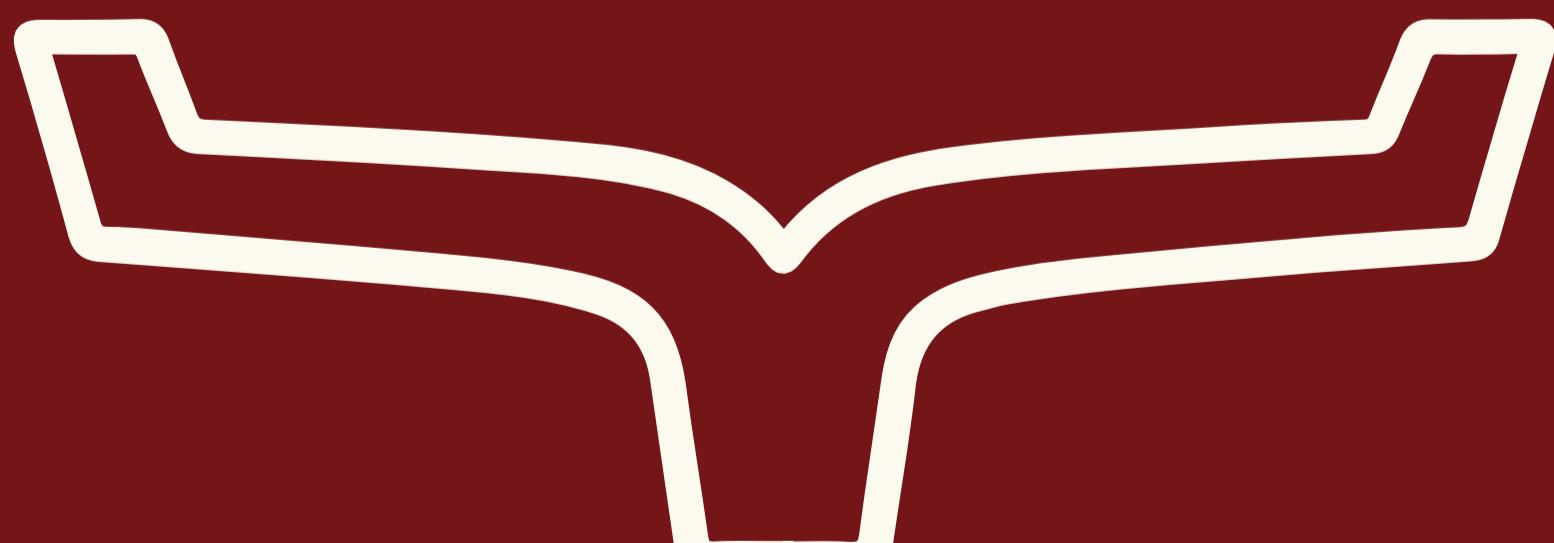
5)



6)



7)



8)



TIPOGRAFIAS

BONDRIANS

Logotipo, nombre, titulos, frases institucionales.
Es la voz de la marca, es la presencia, no la explicacion.
No se usa en textos largos, no se usa para informacion.

IBM Plex Sans

Slogan, secciones editoriales (quienes somos, blogs)
piezas de lectura continuas, etiquetas, medidas.
Acompana a la principal sin competir con ella.
Usarla en tamanos comodos para leer.

Source Serif 4

Textos un poco mas largos, descripciones de producto,
contenidos de blogs etc.

PALETA DE COLORES

#741617

#FEFCF0

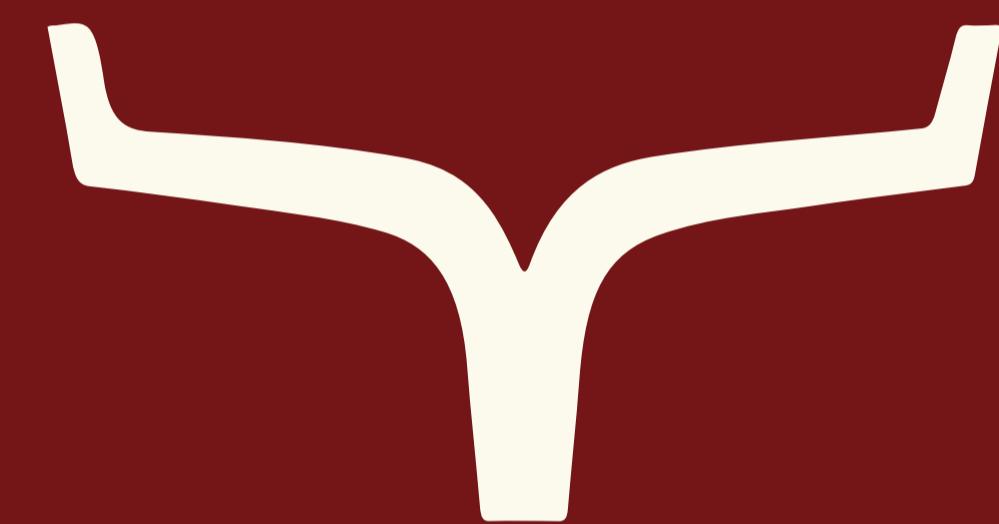
#4C4A38

USOS INCORRECTOS

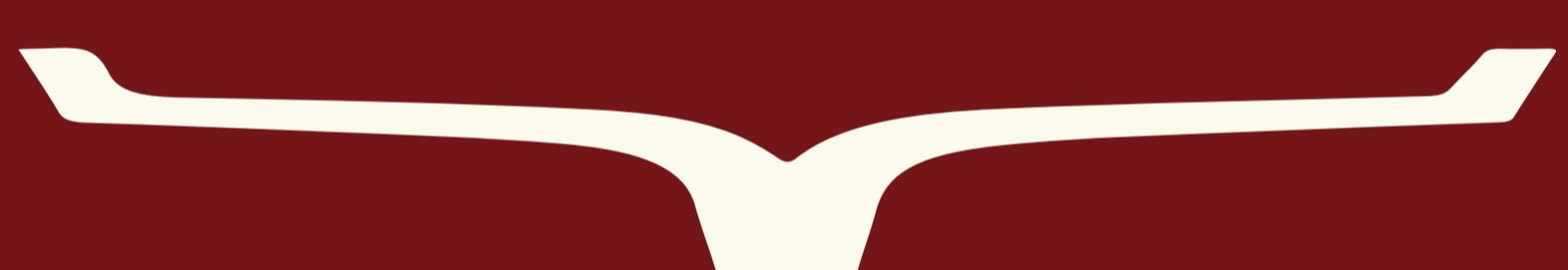
1)

GRANPEÓN

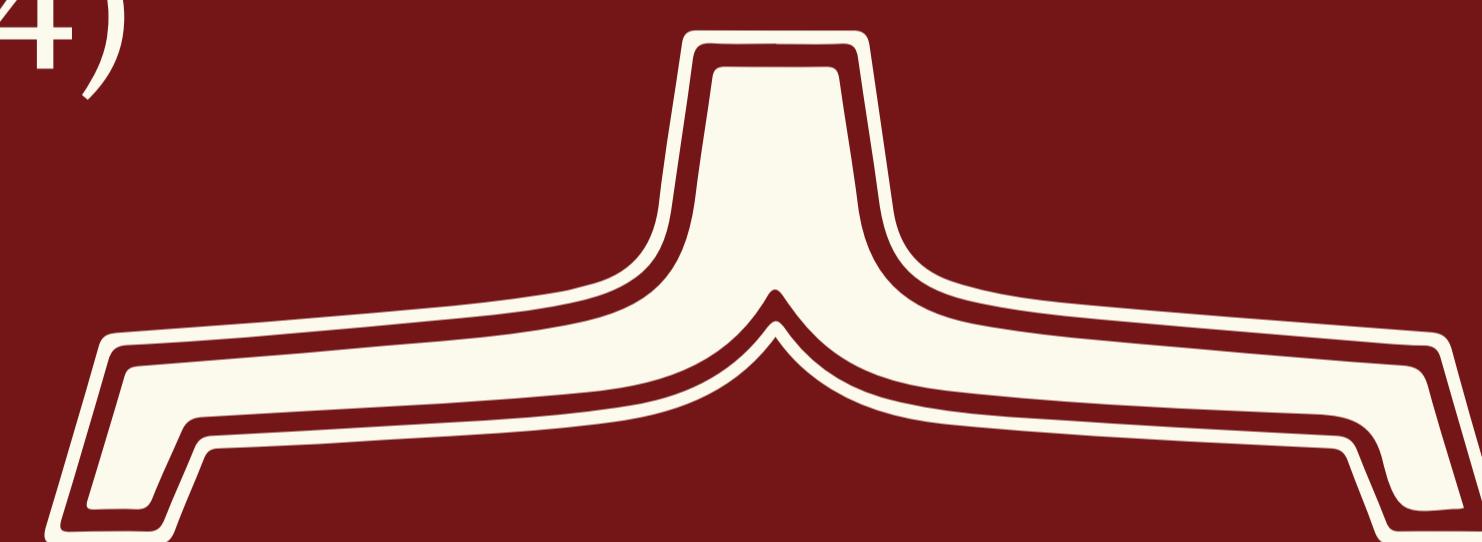
2)



3)



4)

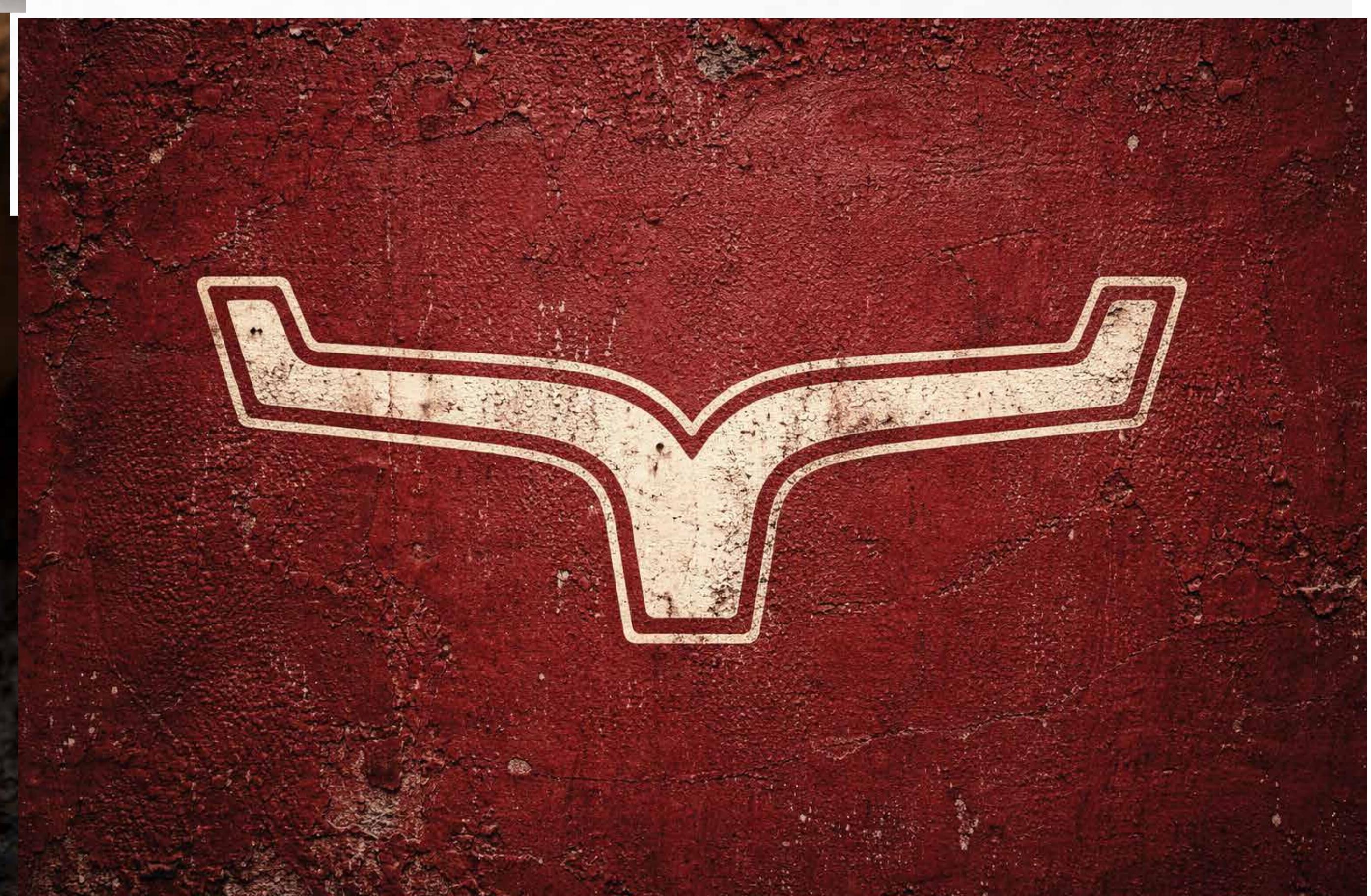
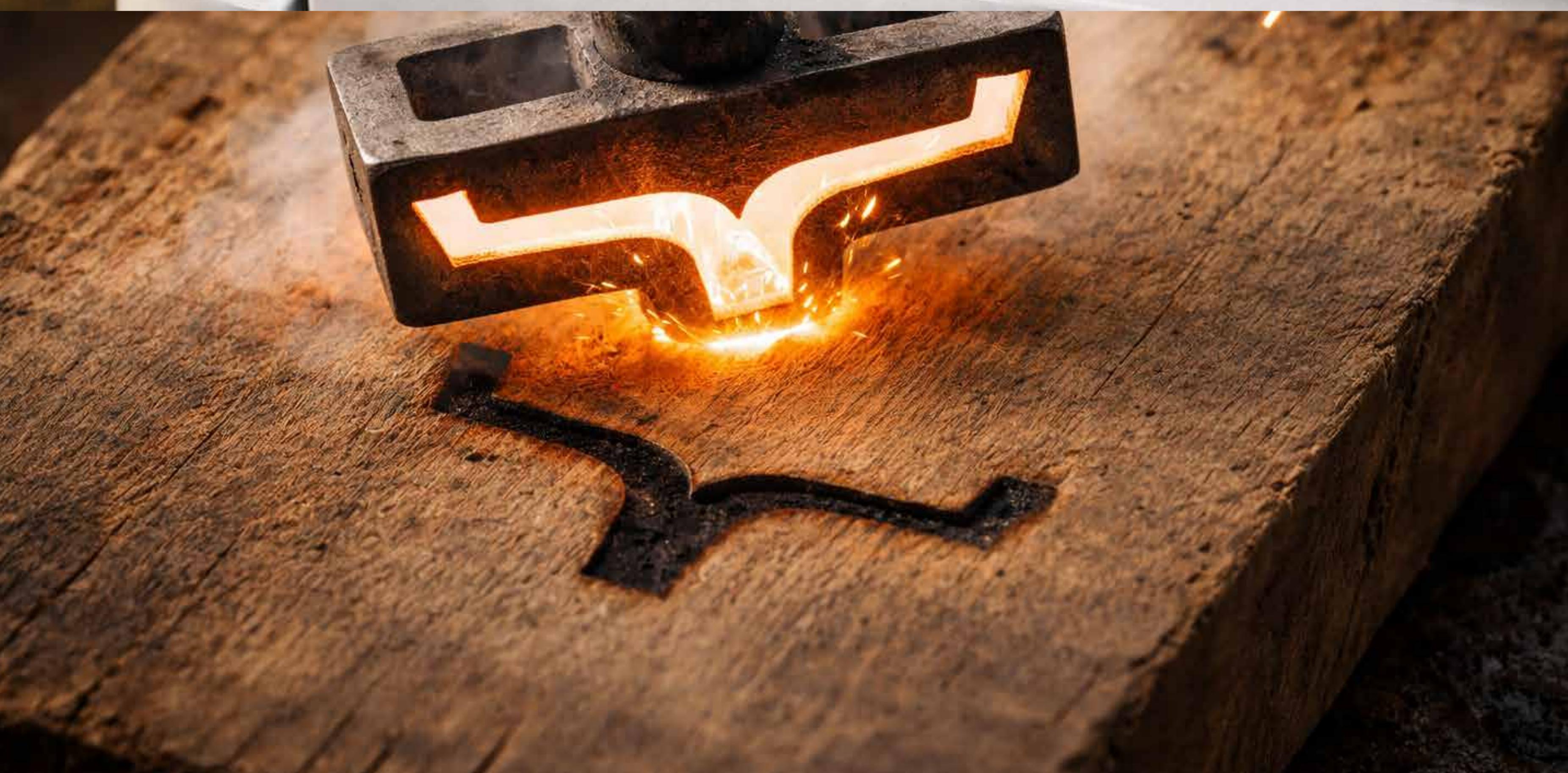
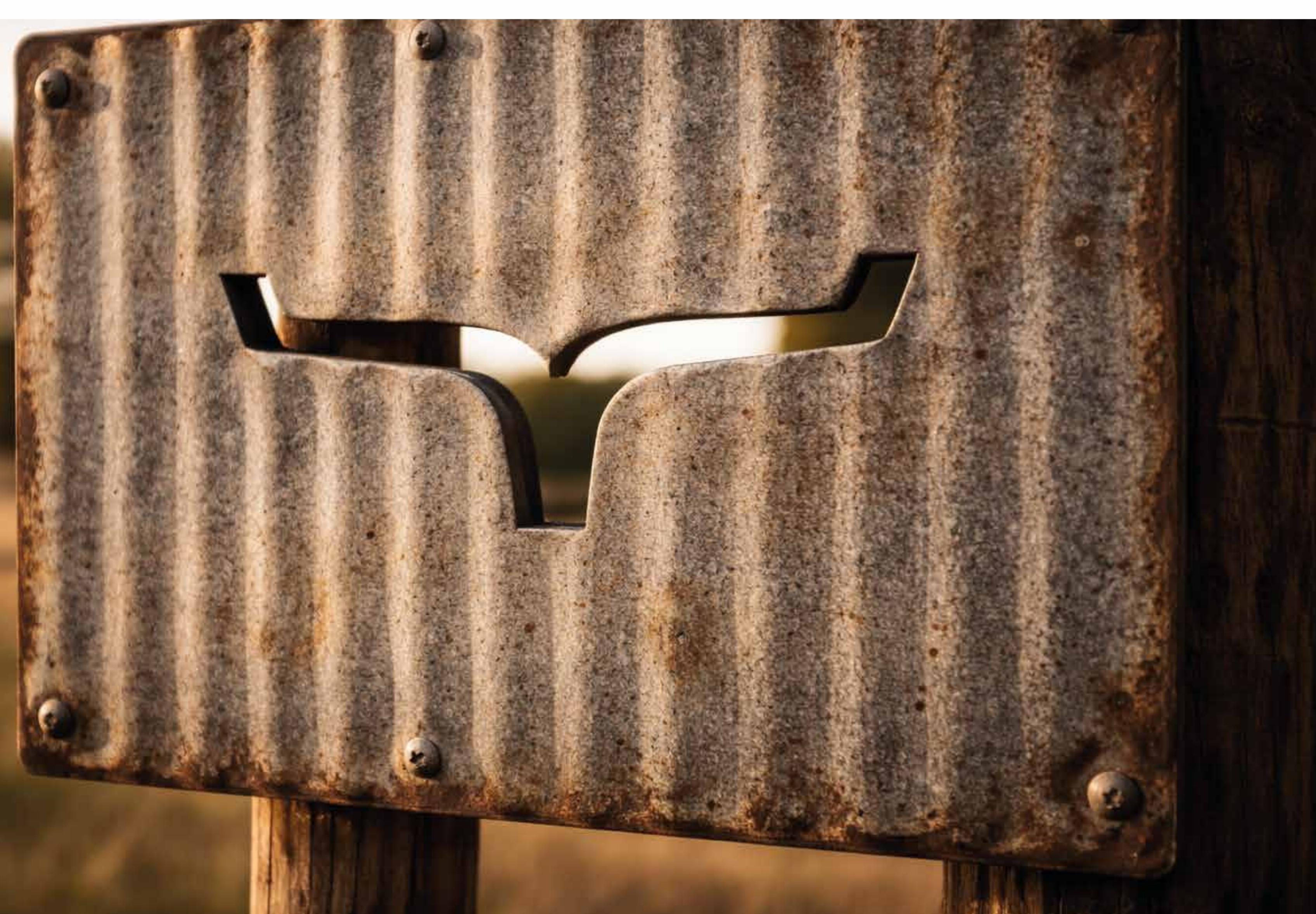
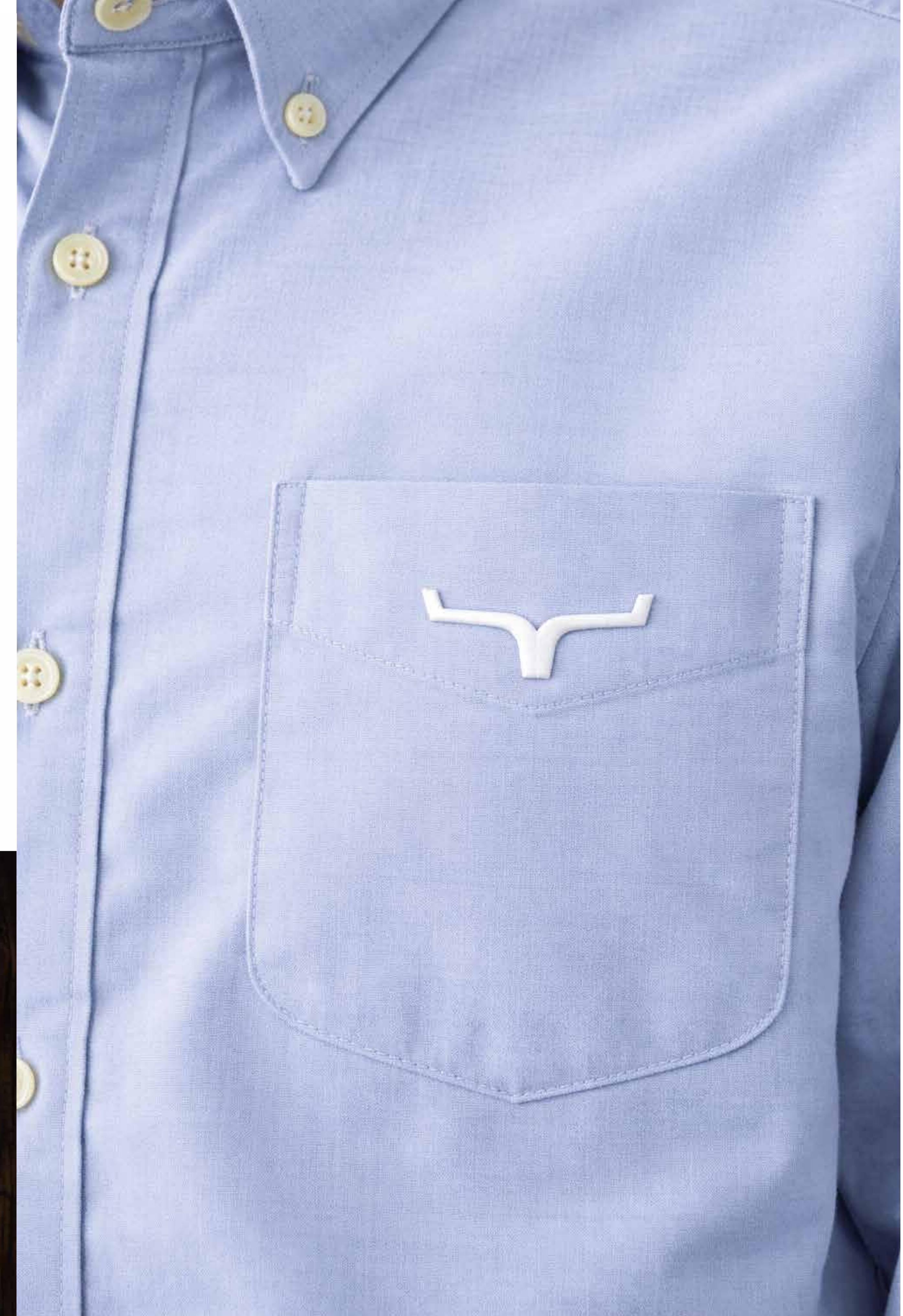


EL GRAN PEÓN

Herencia Clásica

1)







INICIO NOSOTROS PRODUCTOS CONTACTO CATÁLOGO

HERENCIA CLÁSICA

Auténtico estilo de campo para el hombre de tradición.

[VER PRODUCTOS >](#)

EL VERDADERO ESTILO DE CAMPO

Enraizados en la tradición, creamos productos de calidad, duraderos y con identidad gaucha.

[VER TODOS LOS PRODUCTOS >](#)

elgranpeon

310 Posts 12.1K Followers 482 Followeg

Seguir Enviar mensaje Contactar

El Gran Peón
Herencia Clásica
Estilo auténtico de campo para el hombre de tradición.
Productos de calidad con identidad gaucha.
www.elgranpeon.com

Grid icons: Grid, Video, Photo, Profile.

Post 1: HERENCIA CLÁSICA Visitanos en Expo Rural

Post 2: EL GRAN PEÓN

Post 3: A man in a cowboy hat drinking from a mate cup.

Post 4: Termos y Mates

Post 5: EL VERDADERO ESTILO DE CAMPO

Post 6: Indumentaria y Accesorios

Post 7: A leather belt and wallet.

Post 8: ASTUCIA Y NOBLEZA

Post 9: Three flags with the El Gran Peón logo.