

# PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

---

*Profesor: Jorge León*

## PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

Calidad gráfica genérica	Compatibilidad semántica	Vocatividad
Compatibilidad estilística	Suficiencia	Singularidad
Corrección tipológica	Declinabilidad	Pregnancia
Vigencia	Reproducibilidad	Inteligibilidad
Versatilidad	Legibilidad	Valor acumulado

## 9. DEFINIR LA ESTRATEGIA: 15 PARÁMETROS DE RENDIMIENTO

---

D. ¿Cuánto tiempo debe durar la marca de mi cliente?

**Parámetro: Vigencia.**

- La marca gráfica, en su situación óptima, deberá permanecer sin cambios durante el tiempo de vida de la institución.
- Los signos gráficos no tendrían que envejecer o perder vigencia antes que el nombre.
- Cuando se pretende que la marca tome funciones publicitarias, se generan signos “actuales” que no cumple con la función persuasiva y pasan pronto de moda.



**JAPAN AIRLINES**

1959



**JAPAN AIRLINES**

2002



**JAPAN AIRLINES**

2011



CHANEL *Presente*

THESE TROIS NOUVEAUX PARFUMS  
IN GRADING *Fitch* EDITION

DE PLUS, VOUS POUVEZ VOUS HABILLER AVEC UN EXQUISITE CHANEL DRESS

THESE TROIS NOUVEAUX PARFUMS  
IN GRADING *Fitch* EDITION

DE PLUS, VOUS POUVEZ VOUS HABILLER AVEC UN EXQUISITE CHANEL DRESS

CHANEL INC.

PERFUMES FOR PERSONALITIES

CHANEL INC.

CHANEL

THE MOST TREASURED NAME IN PERFUME

Four famous  
Chanel fragrances...  
No. 5 • GARDENIA  
COIR DE RUSSIE • No. 22

every woman glive loves Chanel N° 5

CHANEL

Every woman alive wants  
Chanel N°5

CHANEL

CHANEL

NICOLE KIDMAN CHANEL N°5

CHANEL



# CHANEL



THE MOST TREASURED NAME IN PERFUME

*Four famous  
Chanel fragrances...*

No. 5 • GARDENIA  
CUIR DE RUSSIE • No. 22



# N°5



