

Informe estratégico



INTEGRANTES:

- Bonifacio López Belén
- Chávez Paredes José Alberto
- Contreras Medrano Carlos Alberto
- Nuñez Zeballos García Andrés
- Román Santos Valery
- Vilca Apaza Christian

Perfil

- Air France, esta empresa se dedica al Transporte aéreo internacional de pasajeros, fue fundada el 30 de agosto de 1933 producto de la fusión de Air Orient, Compagnie Générale Aéropostale de Pierre-Georges Latécoère, Société Générale de Transport Aérien.
- Esta compañía ha transportado a 43,3 millones de pasajeros y obtenido unos beneficios de 12,53 mil millones de euros entre abril de 2001 y marzo de 2002. Tiene rutas entre 345 ciudades en 85 países y cuenta con más de 64000 empleados. Alta experiencia en el mercado.
- Esta aerolínea también se dedica al envío de paquetería y courier.
- Todas sus sedes se encuentran en Francia y tiene diversos destinos a todos el mundo, a cada continente. Puede tener una competición notable frente a otras empresas.
- Atención al público son por medio de un Call Center que tiene atención las 24 hrs.
- Rubro de alta competencia.(Aerolíneas)
- Se enfoca en brindar un servicio de excelencia en atención al cliente para que tenga una gran experiencia.



Contexto marcario

Analizando a su competencia

Competencia directa

Aerolíneas

COMPETIDORES NACIONALES



COMPETIDORES INTERNACIONALES



Competencia indirecta

solo courier.



Parámetros existentes

(Deficiencias y aciertos)

Calidad gráfica

Alta:

Formas - Los trazos están bien elaborados. Contiene formas muy claras. Los colores y la gráfica es muy sólida y equilibrada frente a su competencia.

La marca tiene que conservar su altísima calidad gráfica. Además que como marca tiene una amplia trayectoria en el rubro, debe mantener su estándar superior frente a sus competidores.

Calidad Gráfica Alta

AIRFRANCE

flydubai

Calidad Gráfica Media

transavia

helvetic



Lufthansa

Alitalia

vueling

Frenchbee

LA COMPAGNIE

LATAM
AIRLINES

HOP!

KLM

CORSAIR

Air
transat

AIR CORSICA

œ
AirEuropa

XL
Airways France

Calidad Gráfica Baja

SOL
SOLTHAGWAY
CENTRAL SERVICE

Kenya Airways
The Pride of Africa

allegiant

AIR
SAINT PIERRE

citizenplane

AMELIA
International

CHALAIR
CHALAIR

Peruvian Airlines
Peru's International Airline

AIGLE AZUR

APG
Airlines

ASL
AIRLINES

TWIN JET

Corrección tipológica

Media Baja:

Air france actualmente presenta un logotipo con símbolo, pero falla en la identificación del símbolo, además, este no funciona de la misma manera sin la parte tipográfica.

Ideal:

La marca requiere un logotipo, donde se juegue con los colores corporativos de ésta.



Compatibilitad estilística

Alta

La marca actualmente tiene un estilo formal y elegante logrando transmitir a la vez ese mensaje en distintas formas de uso hacia el público.

Ideal:

La marca debe seguir transmitiendo las mismas características al público.



A promotional graphic for Air France featuring a teal background. It includes a boarding pass for a flight from Bucharest to Paris, a hotel booking for Hotel Marmorosch, and a wristwatch. The text at the bottom reads: **NAVIGHEAZĂ ISTORIA**, **CÂȘTIGĂ O EXCURSIE PENTRU DOUĂ PERSOANE**, and **LA PARIS CU SĂGEATA ORIENTULUI**. A small airplane icon is visible in the top right corner of the graphic.

Compatibilidad semántica

Baja, la marca gráfica no cuenta con una relación evidente con el nombre de la empresa, actualmente cuenta con un símbolo abstracto.

Ideal:

La marca no necesita plasmar la identidad de ésta en un símbolo.



Suficiencia:

Media - Alta, el logo de la empresa cuenta con un elemento innecesario.

Ideal:

La marca puede mejorar su nivel, solo teniendo un elemento.

AIRFRANCE



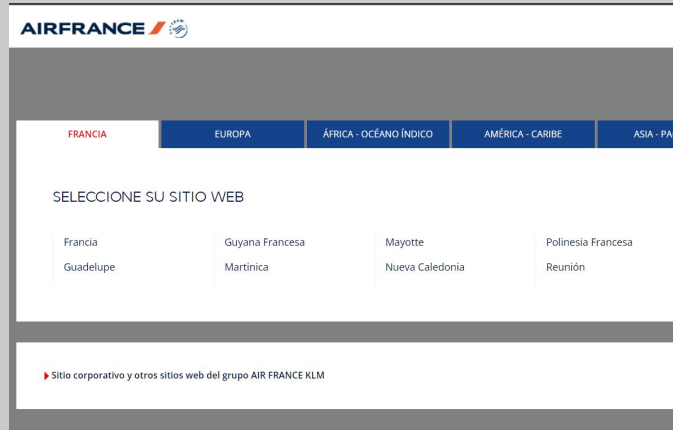
Versatilidad

Alta

Airfrance firma con el mismo rendimiento en diferentes mensajes de la institución y en cualquier plataforma.

Ideal:

La marca debe continuar con el mismo nivel de versatilidad.



Vigencia

Baja:

El símbolo no es óptimo para que acompañe durante toda la trayectoria de la marca.

Ideal:

No requiere de un símbolo para su trayectoria de vida.



Reproducibilidad:

Alta

La calidad en distintos medios es óptima.

Ideal:

La marca debe continuar con el mismo nivel de reproducibilidad.



Legibilidad

Alta

Airfrance es legible es su mayor y menor capacidad, es decir, que es reconocible sus características formales.

Ideal:

La marca debe continuar con el mismo nivel de legibilidad.



BILLETE ELECTRÓNICO
ELECTRONIC TICKET

AIRFRANCE 

REF. RESERVA
YOUR BOOKING REFERENCE

En el aeropuerto, debes presentar un documento de identidad.
At the airport, you must present proof of identity.

PASAJEROS
PASSENGERS
Zorro por el Mundo

N° billete
Ticket Number
EJEMPLO123SIN455VALOR



GANE TIEMPO
SAVE TIME
Escanee este código de barras en un terminal interactivo para obtener la tarjeta de embarque.
Scan this bar code at one of our interactive kiosks to receive your boarding pass.

ITINERARIO / ITINERARY

Fecha Date	Salida Departure	Llegada Arrival	Vuelo Flight	Hora Límite de Facturación Latest check-in time	Total piezas de equipaje** Total baggage**	Cabina Cabin	Clase Class	Estado* Status*
03OCT	19:25 Mexico MEX Aeropuerto Toluca Juarez 1	13:20 (Dn/Day + 1) Paris CDG Aéroport Charles de Gaulle 2E	AF0179	18:25	1x23 Kg	Economy		

Inteligibilidad

Media/Baja

El signo en algunos aspectos presenta dificultades, pueden adoptar otro significado, tiene problemas para ser comprendido.

Ideal:

La marca necesita ser comprendida con facilidad sea con la presencia de su símbolo o no.



Pregnancia

Media

El símbolo tiene facilidad de ser recordado pero no se reconoce fácilmente.

Ideal:

La marca no necesita de un símbolo para ser identificada y recordada.



Vocatividad

Medio alta

El logotipo con símbolo tiene lo suficiente para llamar la atención, que va con el estilo de la marca

Ideal:

La marca requiere destacar entre las demás de su rubro, pero también debe procurar evitar ser estridente, debido a los requerimientos que indica el perfil es muy importante que permanezca institucional.

The image shows the Air France logo, which consists of the word "AIRFRANCE" in a bold, dark blue, sans-serif typeface. To the right of the text is a red stylized chevron symbol, resembling a wing or a stylized letter 'A'. The entire logo is set against a white rectangular background.

Singularidad

Media alta

Su símbolo se diferencia más frente a los de sus competidores, destaca más.

Ideal:

La marca requiere una identificación distinta a sus competidores.



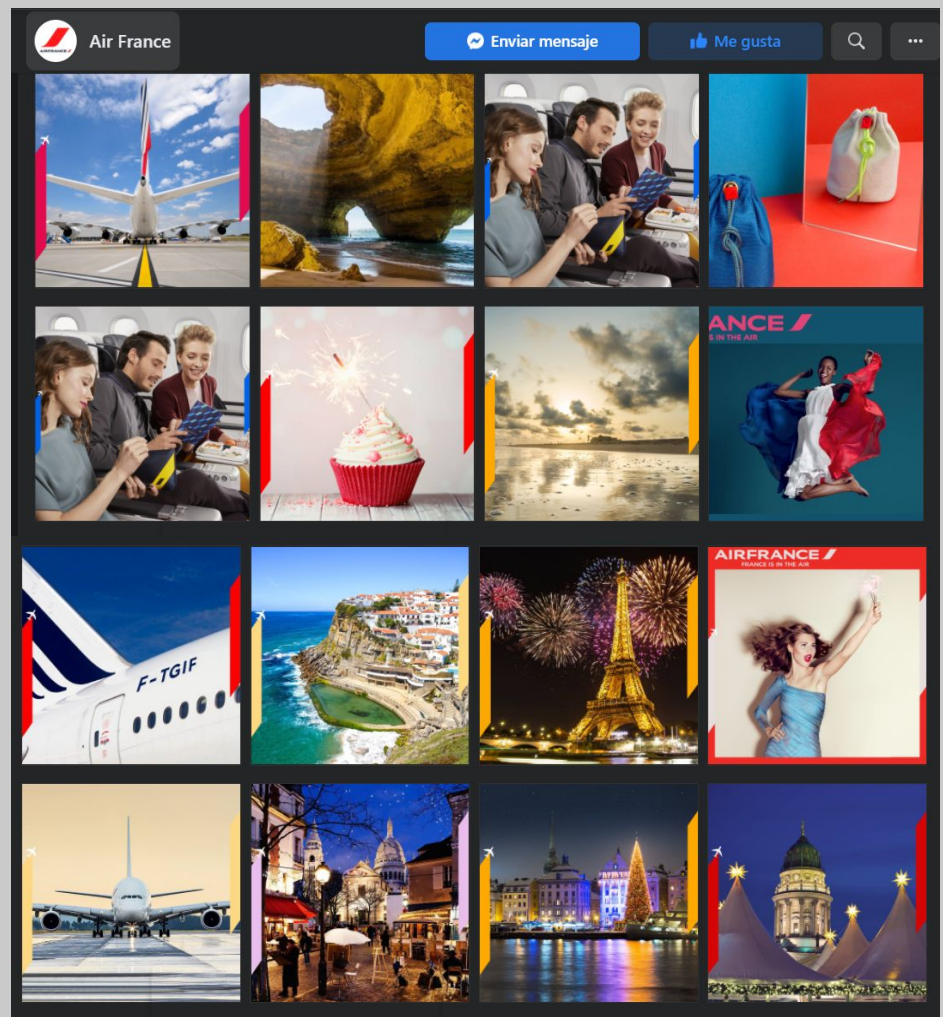
Declinabilidad:

Baja:

No presenta cohesión entre su símbolo y los diferentes elementos visuales.

Ideal:

Debe explotar sus recursos como la tipografía o sus gamas de colores.



Valor acumulado

La tipografía es el único elemento que puede ser conservado durante la trayectoria de la empresa; así como la gama de colores.

The image shows the Air France logo, which consists of the word "AIRFRANCE" in a bold, blue, sans-serif typeface. The letters are closely spaced and the overall font style is clean and modern, reflecting the brand's identity.

Rediseño

AIRFRANCE

Piezas de comunicación

- Posts para redes.
- Página web.
- Papelería
 - Hoja membretada
- Medio de transporte (avión).
- Publicidad exterior.
- Logo mural 3d.
- Uniforme.
- Asientos.

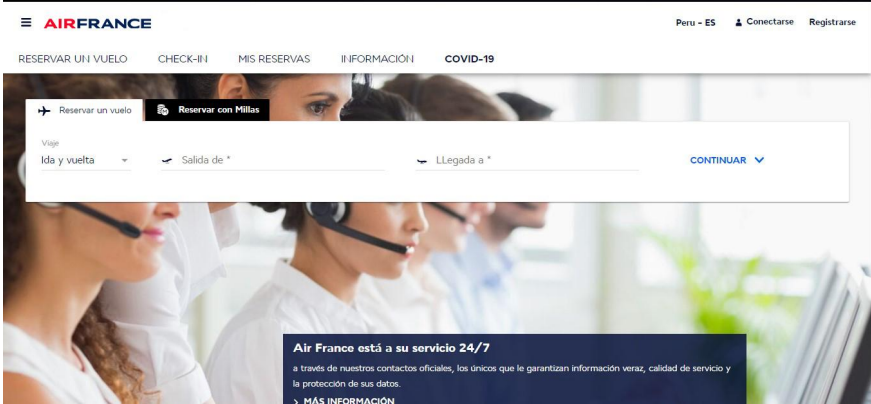


Post para redes



AIRFRANCE

Página WEB



Papelería

BILLETE ELECTRÓNICO
ELECTRONIC TICKET



En el aeropuerto, deberá presentar un documento de identidad.
At the airport, you must present proof of identity.

**GANAR TIEMPO
SAVE TIME**
Escanee este código de barras en un
terminal interactivo para obtener la
tarjeta de embarque.
Scan this bar code at one of our
interactive kiosks to receive your
boarding pass.

ITINERARIO / ITINERARY

[illegible]

(*) OK confirmed

²² Total checked baggage for all passengers (baggage included in the ticket price and additional baggage items you have paid for). Any further additional baggage items will be subject to a fee payable at the airport. This applies to flights operated by AIR PHUKHOB and KLM.

For more information about baggage, please visit the "Baggage" chapter of the "Information" section, on the Air France website.

Este documento confirma la creación de su(s) billete(s) electrónico(s) en nuestros sistemas informáticos; en ningún caso constituye un título de transporte. Para más información, consulte el website Air France (<http://www.airfrance.com>).

Este documento confirma la creación de su(s) billete(s) electrónico(s) en nuestros sistemas informáticos; en ningún caso constituye un título de transporte. Para más información, consulte el website Air France (<http://www.airfrance.com>).

AIRFRANCE

Estimado Sr. Salazar:

ULorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting.

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries.

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.
 Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since.

Atentamente,

Augusto Tapia
Director Ejecutivo

AIRFRANCE

Consectetur, ipsum platea convallis neque nostra nisi inper

Consectetur, ipsum platea convallis neque nostra nisi inper et sollicitudin sociis viverra sit sociis quam commodo urna. Leo ante du congue penatibus du faucibus faucibus. Voluptat iaculis proin senectus pron tempus suscipit varius ante ligula mauris Etiam splen enim scelerisque necue. Libero ornare ullamcorper ac magna quis pede Consectetur dolor, condimentum habitant tristique congue quam.

Id amet consectetur rhoncus fames nonummy justo ullamcorper ipsum eget ultrices magna metus cubi a viverra feicidunt etiam koror pharetra at. Rhoe tellus inper ornare quis neque. Dui luctus nulla dolor fusc posuero fermentum ringilla leo dapibus inper, sod, Maur s ad malesuada nisi nonummy nulla vivamus. Luctus urna aiquet suspendisse auctor pellentesque, massa mus vestibulum purus purus Sagittis aenean semper ad ultricies jaro curabitur.

Consectetur, ipsum platea convallis neque nostra nisi inper et sollicitudin sociis viverra sit sociis quam commodo urna. Leo ante du congue penatibus du faucibus faucibus. Voluptat iaculis proin senectus pron tempus suscipit varius ante ligula mauris Etiam splen enim scelerisque necue. Libero ornare ullamcorper ac magna quis pede Consectetur dolor, condimentum habitant tristique congue quam.

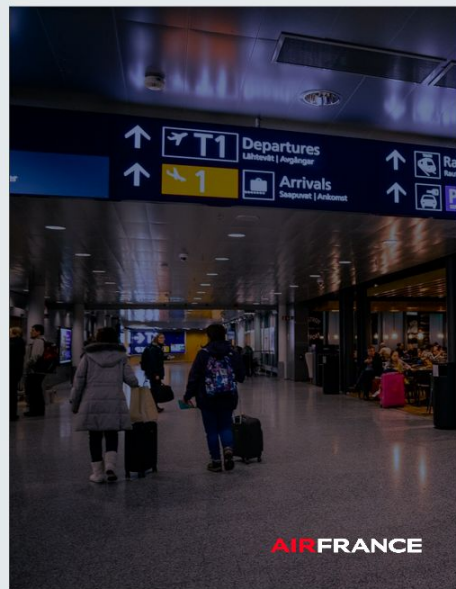
Id amet consectetur rhoncus fames nonummy justo ullamcorper ipsum eget ultrices magna metus cubi a viverra feicidunt etiam koror pharetra at. Rhoe tellus inper ornare quis neque. Dui luctus nulla dolor fusc posuero fermentum ringilla leo dapibus inper, sod, Maur s ad malesuada nisi nonummy nulla vivamus. Luctus urna aiquet suspendisse auctor pellentesque, massa mus vestibulum purus purus Sagittis aenean semper ad ultricies jaro curabitur.

Consectetur, ipsum platea convallis neque nostra nisi inper

AIRFRANCE

AIRFRANCE

ORIENT GENERAL
ORIENT GENERAL
ORIENT GENERAL
ORIENT GENERAL



AIRFRANCE

AIRFRANCE

Medio de transporte



Publicidad exterior



Logo mural 3D



Uniforme



Asientos



INFORME DE PARTICIPACIÓN

<i>Belén Bonifacio López</i>	Trabajo activo y asistencia completa
<i>José Chávez Paredes</i>	Trabajo activo y asistencia completa
<i>Carlos Contreras Medrano</i>	Trabajo activo y asistencia completa
<i>Andrés Núñez Zeballos</i>	Trabajo activo y asistencia completa
<i>Valery Román Santos</i>	Trabajo activo y asistencia completa
<i>Christian Vilca Apaza</i>	Trabajo activo y asistencia completa

Los integrantes realizaron sus respectivas aportaciones al trabajo.