

Sirel

Diseño de estrategia para un nuevo nicho de mercado

Marca principal



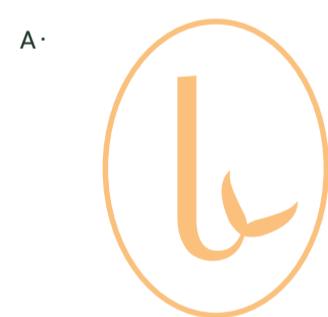
La marca nominativa es también la marca principal. Este identificador gráfico se clasifica como logotipo con complemento, siendo indivisibles el uno del otro.

El logotipo se compone en caja alta y baja con la familia tipográfica Contralto Big, en el estilo Regular. Se manipula el terminal inferior de la letra 'l' para crear una cola de sirena que servirá como complemento diferenciador de la marca.

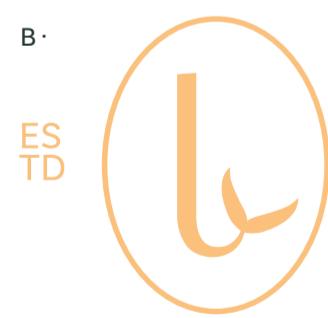
Este es el color corporativo principal, desglosado más adelante, aunque también se le pueden aplicar los colores secundarios.

Firmas especiales

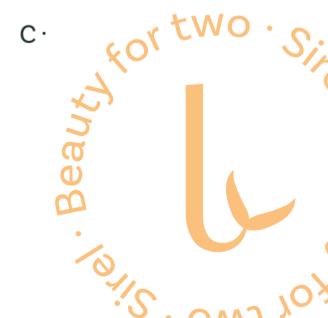
Las firmas especiales se basan en la letra 'l' del logotipo, que es la forma más característica de la marca. Estas firmas pueden ser utilizadas como recurso en formatos más informales donde no sea tan necesario diferenciar la marca de sus competidores. Constituyen más bien un refuerzo de la imagen corporativa.



La primera firma (A) actúa como una especie de símbolo identificativo, pudiendo ser aplicado al vestuario del personal, los materiales de trabajo dentro del propio local, o a las publicaciones en redes, donde no sea necesario redundar el naming.



La firma B se reserva a usos como el packaging o vinilos dentro del local, donde se quiera reforzar la trayectoria del negocio, tanto su novedad y diferenciación en sus primeros años de vida como su experiencia y confianza a medida que el servicio mejore y cumpla años en el mercado.



Alrededor de la firma C se repite el nombre de la marca y su tagline. Se puede aplicar en ocasiones en las que el cliente conozca la marca pero queramos reforzar un poco más el mensaje, como en el packaging o en los e-mails de confirmación de compra.

Sirel es un salón de belleza para perros y personas. Te ofrece un espacio en donde tú y tu mascota puedan relajarse, aparte de fortalecer su relación y mejorar su salud juntos, pudiendo disfrutar de un servicio personalizado que se adapte a sus necesidades específicas con tratamientos naturales de alta calidad, logrando así un momento agradable para ambos.

Versión con eslogan



El tagline de la marca es 'beauty for two', que quiere decir 'belleza para dos' en inglés. Esta frase no puede ir por libre en ningún caso. En todos sus usos acompañará a la marca nominativa.

Se compone en una tipografía sans serif, Basic Sans Regular, en armonía con la del logotipo. Para acentuar la sensación de relax y desconexión se aumenta ligeramente el tracking de las letras, concretamente 13pts.

La versión de la marca acompañada del tagline se utilizará solamente en aplicaciones de tamaño considerable en las que el nombre de la marca no se apoye sobre otro tipo de comunicación, por ejemplo en el rótulo del local o en los vehículos corporativos.

Tipografía corporativa

Basic Sans

Light

Regular

Bold

Light It

Regular It

Bold It

Colores corporativos



PANTONE 5605 C



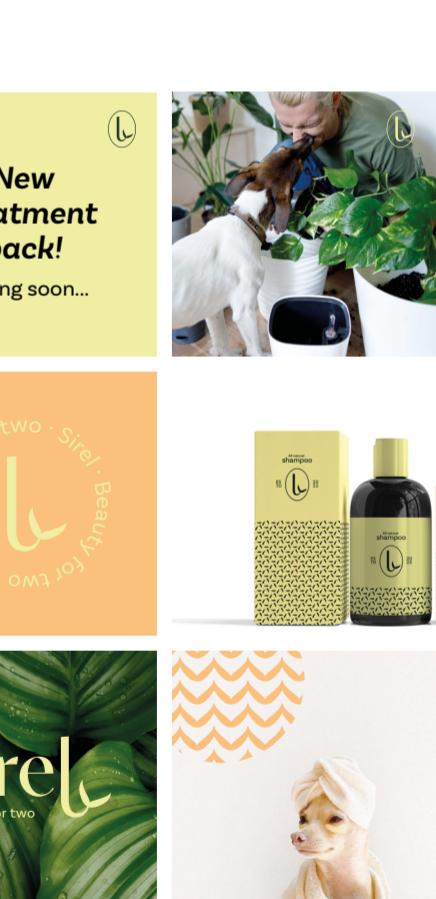
PANTONE 149 C



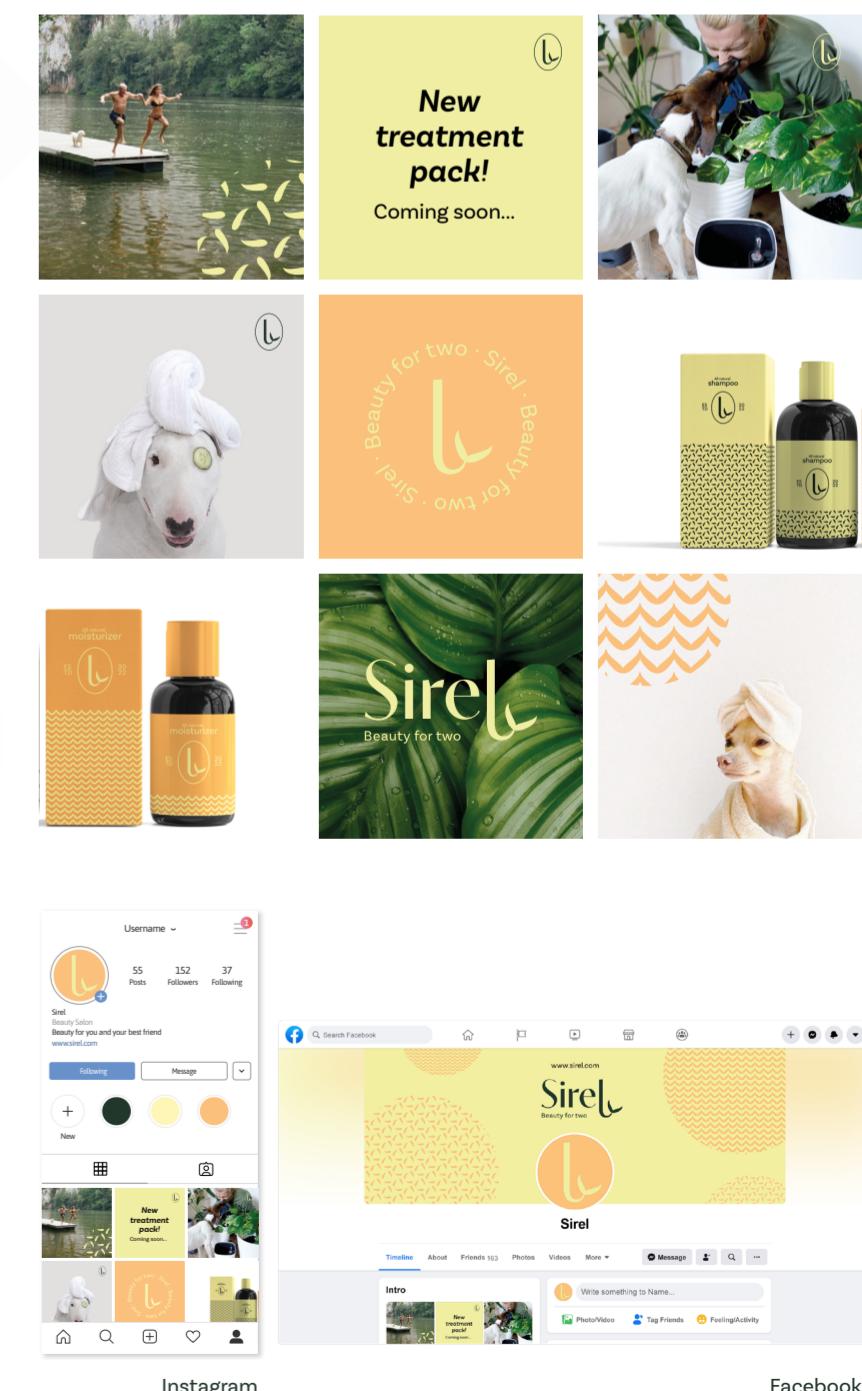
PANTONE 383 C



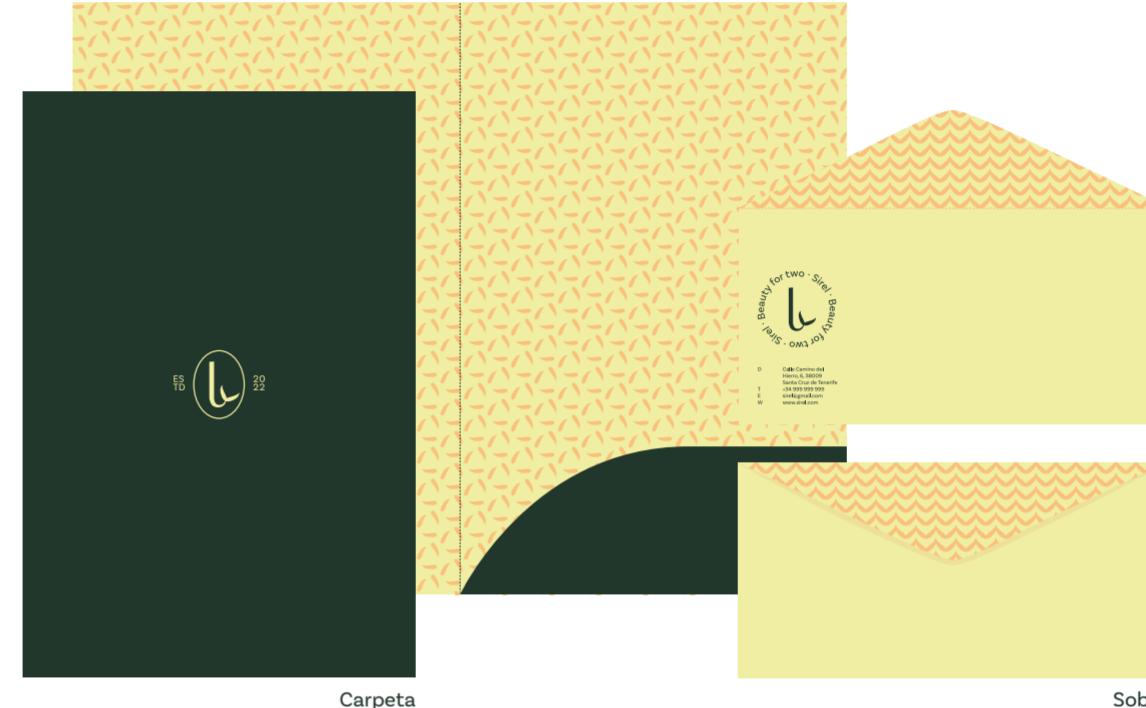
Patrones



RRSS



Papelería



Otras aplicaciones



Piezas de merchandising



Sistema de señalización



Material POP



Claro sobre foto oscura



Oscuro sobre fondo liso claro



Medio sobre fondo liso oscuro



Oscuro sobre fondo liso medio



Versión negativa



Versión en escala de grises