

naming y logotipo

trabajo final de grado

2018

Marisol Gómez Rubio



Para elegir un buen nombre de marca se ha de tener presente que este ha de contar una buena historia. Para ello se requiere de estrategia, creatividad y método. Un buen nombre de marca debe tener un significado, una asociación identificable por el *target* y debe permitir vehicular una historia y una identidad de marca fuerte y diferenciable.

Los principios básicos que ha de tener un buen nombre, según Carlos Puig Falcó, presidente de Branward (1), quedan resumidos en estos diez:

1. El nombre de una marca ha de ser notorio
2. Un nombre debe ser distintivo y único
3. Un nombre debe ser flexible y duradero
4. Un nombre ha de ser sugerente y evocador
5. Un nombre tiene que ser creíble
6. Un nombre debe ser coherente con el sistema de marcas
7. Un nombre tiene que ser legible y pronunciable fácilmente
8. El nombre tiene que ser registrable

9. El nombre debe evitar asociaciones negativas

10. Las marcas se construyen a través de buenas historias

Para la elección del naming y logotipo se ha seguido el método del pensamiento lateral, en el que la primera fase ha de ser de percepción y la segunda de procesamiento en la que se elaboran y tratan las primeras percepciones. Pero en esta percepción se han de dar saltos conceptuales para romper la lógica de las pautas perceptivas. De este modo esa percepción modificada podrá aportar nuevas soluciones.

En cuanto a las técnicas creativas, se ha utilizado la combinación de lista de atributos y brainstorming, aunque esta última es una técnica grupal, se considera que es eficaz y con grandes posibilidades creativas.

La técnica lista de atributos se identifican los atributos del producto con la finalidad de considerar cada uno como una fuente de modificación y perfeccionamiento. Se hace una lista con características físicas, de uso, sinónimos, antónimos, partes, connotaciones, etc. Los atributos pueden ser numerosos lo que obliga a reducir su número y seleccionar los esenciales.



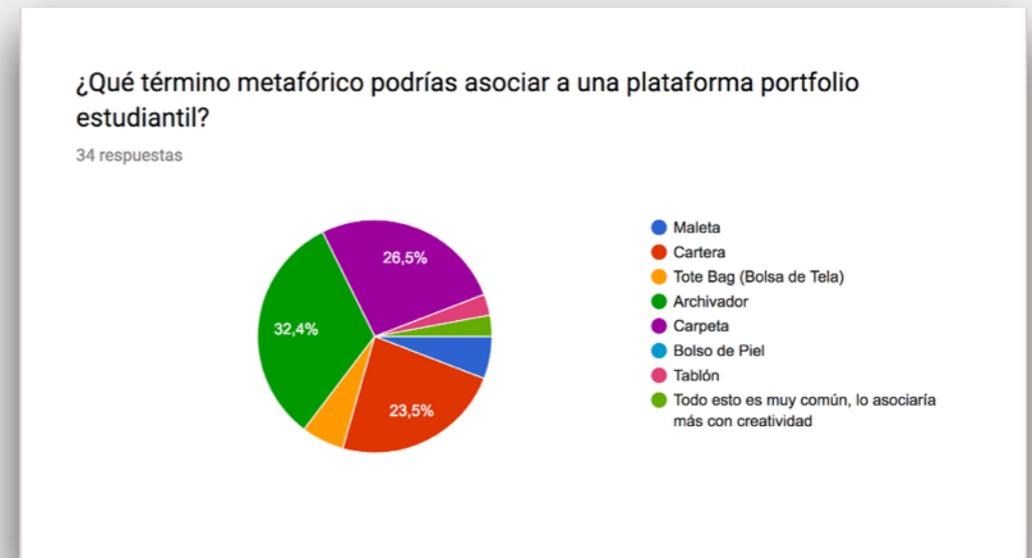
La técnica del brainstorming se inspira en los siguientes principios:

1. Suspender el juicio crítico
2. Dar rienda suelta a la imaginación
3. Aumentar la calidad de las ideas encontradas - Añadir variedad, humor y asociaciones
4. Conseguir la combinación y perfeccionamiento de las ideas

Para comenzar con el brainstorming se ha de lanzar una pregunta. ¿ Que nos sugiere una plataforma portafolio online? Esta pregunta se ha utilizado igualmente para la realización del moodboard y así encontrar imágenes.

Una pregunta análoga se ha introducido en el test de usuario elaborado para el posterior diseño de la interfaz de usuario porque hemos querido saber que término metafórico asociarían los estudiantes a una plataforma portfolio online. El test está realizado por 34 personas todas ellas en el ámbito estudiantil, target al que va dirigido el proyecto, pues se ha planteado en los grupos de facebook de la UOC.

El resultado es el siguiente



Según la encuesta

34%	Archivador
26%	Carpeta
6%	Tote Bag (Bolso de Tela)
6%	Maleta
3%	Tablón
3%	Todo es muy común, lo asociaría más con creatividad



Se han consultado las webs de la competencia y hemos elaborado una lista con los nombres para hacer una comparativa:

	Plataforma que usan el nombre Portfolio	Plataforma que usan nombres alternativos
	Portfoliobox	Behance
	Adobe Portfolio	Carbon Made
	Wordpress Portfolio	Dribbble
	Drawfolio	Format

Como se puede observar, las plataformas que utilizan nombres alternativos no están absolutamente nada relacionados con el sector al que se dirigen. Suelen ser palabras bisílabas

Una vez que tenemos las observaciones de usuarios y competencia comenzamos la búsqueda del nombre con una lista de atributos



Se han consultado las webs de la competencia y hemos elaborado una lista con los nombres para hacer una comparativa:

Lista de atributos								
Forma Español	cuadrado	cubo	cubículo	rombo				
Forma Inglés	square							
Componentes	papel	adhesivo	trabajos de arte	creativo	estudiantes	muestras	digital	lanzar volar
Componentes Inglés	paper	stick-on	artwork	creative	students	samples	digital	throw/pitch fly
Identificar	archivo	carpeta	bolsa	maleta	tablón	archivador	post-it	
Identificar Inglés	file	folder	bag	case	board	file cabinet	post-it	
Parecidos	mostrador	tendedero	expositor	escaparate	colmena	pavo real	perchas	
Parecidos Inglés	counter	clothes line	exhibitor	showcase	hive	peacock	hangers	
Origen	dibujos	folletos	habilidades	boceto	ingenio			
Origen Inglés	drawings	booklet	skills	sketch	wit			

Naming



Después de hacer esta tabla, comienza el brainstorming con lo que sugiere una plataforma online portfolio estudiantil:

- Habilidades- Skills,superheroe, capa, antifaz, volar, saltar, rayos,
- Mostrar -Pavo real, flamingo, pluma, colores, tendedero, escaparate, showroom,
- Trabajo estudiantil- Colmena, abejas, miel, hexágono, alas,
- Formato porfolio - Archivo, carpeta, maleta, digital, herramientas
- Formato estudiantil - mochila, tote bag, lapicero, chincheta, post-it, trabajos, pom pom

Teniendo esta listas de palabras hemos hecho asociaciones. Las más destacadas son las siguientes:

PORTFOLIOCASE

DIGITAL

PORTCASE

eDIGITAL

SKILLCASE

TOOLCASE

DIGITALCASE

BE-HIVE

WORK

BEHIVE

eWORK

BEEHIVE

BEEHIVE

TOTE

PUSHPIN

POM-POM

HEXAGON

BACKPACK

Naming



Hemos consultado a 5 personas sobre el listado de palabras, y los resultados de la encuesta son como últimas palabras:

TOTE

PUSHPIN

HEXAGON

BEEHIVE

La que creemos tiene más sonoridad es **TOTE**. Se puede adaptar tanto en inglés como castellano y su asociación está relacionada con las bolsas de tela que se utilizan normalmente como bolsos. Se ha descartado BEEHIVE por su parecido con BEHANCE. En la encuesta de DCU esta asociación contaba con un 6% de personas que relacionaban una plataforma portafolio estudiantil con este nombre.

Tagline

El tagline elegido es “ ***Illustrate us*** ”

El tagline pretende añadir valor y significado a una marca y hacer que la gente se sienta atraída. Entre los objetivos que se pueden alcanzar con el tagline están:

- Reforzar la promesa de marca y establecer un posicionamiento
- Enfatizar atributos que sean importantes para el usuario de la plataforma
- Transmitir cualidades esenciales del carácter de la marca
- Potenciar el branding

El mensaje que se quiere transmitir con el tagline es directo, simple y memorable. El uso del tagline “ilustranos” solicita al usuario a enseñar sus trabajos, cualidades o habilidades, aludiendo, al mismo tiempo, a un esclarecimiento o borrado de cualquier duda que pudiese tener las empresas o compañeros que realicen el visionado de los trabajos. De alguna manera, también es una ayuda para usuarios/compañeros que desean visualizar el trabajo de otros con el fin de incentivar y recabar información que alimente sus propias ideas.



Logotipo

El logotipo es un conjunto de símbolos, formas, colores y tipografía que se asocian a la marca y reflejan en si mismo su identidad. Es la imagen de referencia con la que los usuarios podrán identificar la marca en diferentes contextos y permitirá una diferenciación de la competencia.

Entre las características más significativas en la creación de un buen logotipo se han de tener presentes:

1. Simplicidad. El diseño del logotipo ha de ser sencillo y no debe de tener elementos decorativos superficiales. Menos es más, la mayoría de las veces.
2. Representativo. El logotipo debe ser la síntesis de una marca pero no de lo que hace necesariamente sino de su esencia y de su personalidad.
3. Escalabilidad. Relacionado con la sencillez, el logotipo se ha de reproducir en diferentes escalas y formatos.
4. Pregnancia. Esta característica es la capacidad de una forma visual de captar la atención y ser recordada. Es decir, un logotipo ha de ser memorable y debe poder recordarse fácilmente. Esto enlaza también con la principal característica que es la simplicidad.

5. Originalidad. Aunque es difícil crear algo realmente único, el logotipo debe ser diferente y singular dentro de su sector

6. Durabilidad. El diseño ha de responder a razones justificables. Los trends hay que tenerlos en cuenta pero hay que encontrar un equilibrio entre gusto, moda y racionalidad.

7. Relevancia. Es vital que el diseño del logo vaya dirigido al target de la marca con el que te van a identificar. A su vez, tener en cuenta el lugar donde va a estar la mayor parte del tiempo o en el formato que sea más importante para su exposición.

Aparte de todas estas características, en la realización del logotipo se han tenido en cuenta los colores más representativos extraídos del moodboard, las tendencias incluidas en el capítulo del marco teórico de referencia de la memoria y el estudio de la competencia desarrollado en el benchmarking.

La conclusión extraída era que el logotipo debía de tener una forma cuadrada, geométrico, con no más de tres o cuatro colores y tipografía sans serif. Con esas premisas se han elaborado algunos bocetos que aquí se representan a continuación.

Logotipo



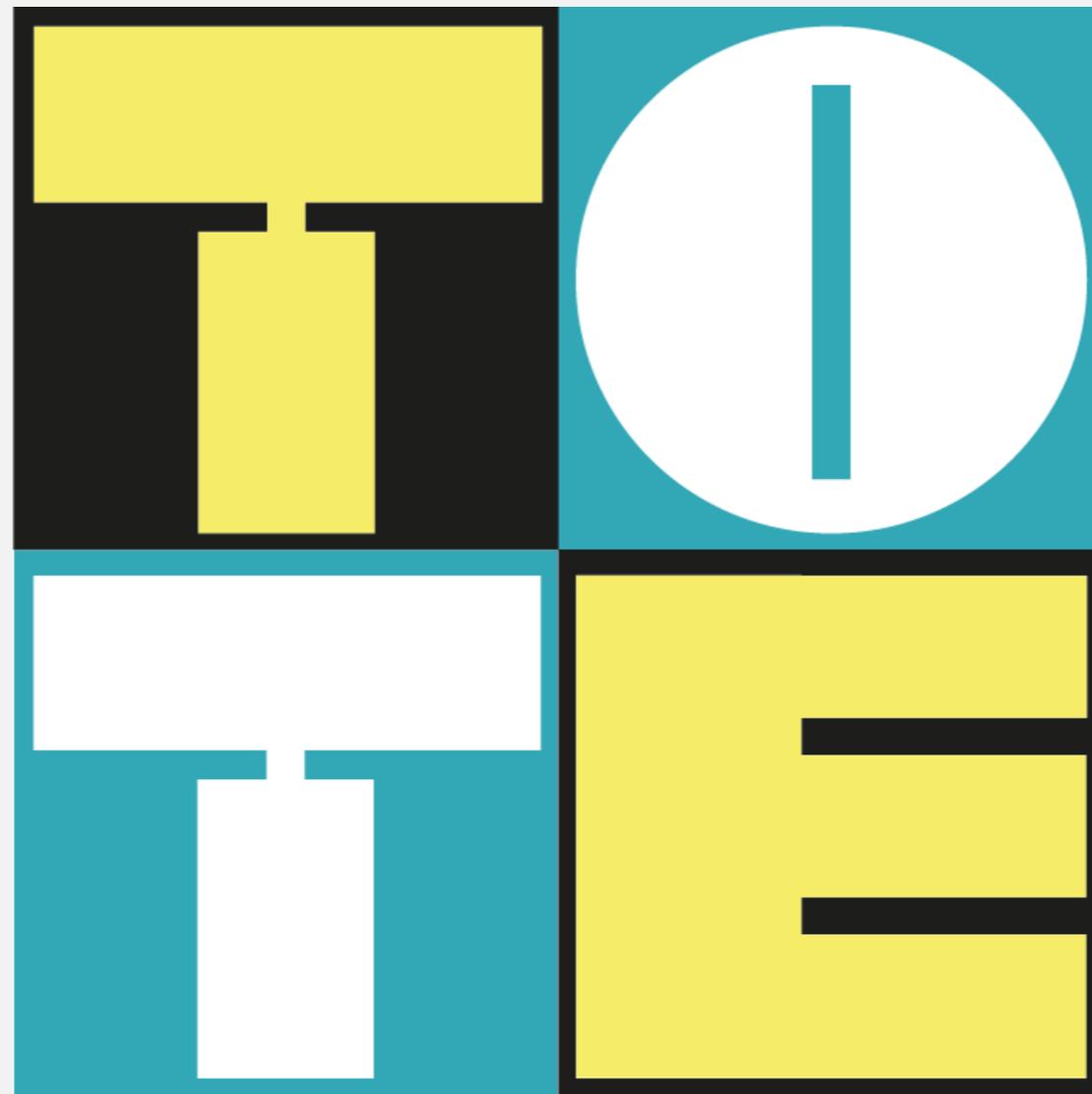
BOCETOS



Logotipo



Logotipo

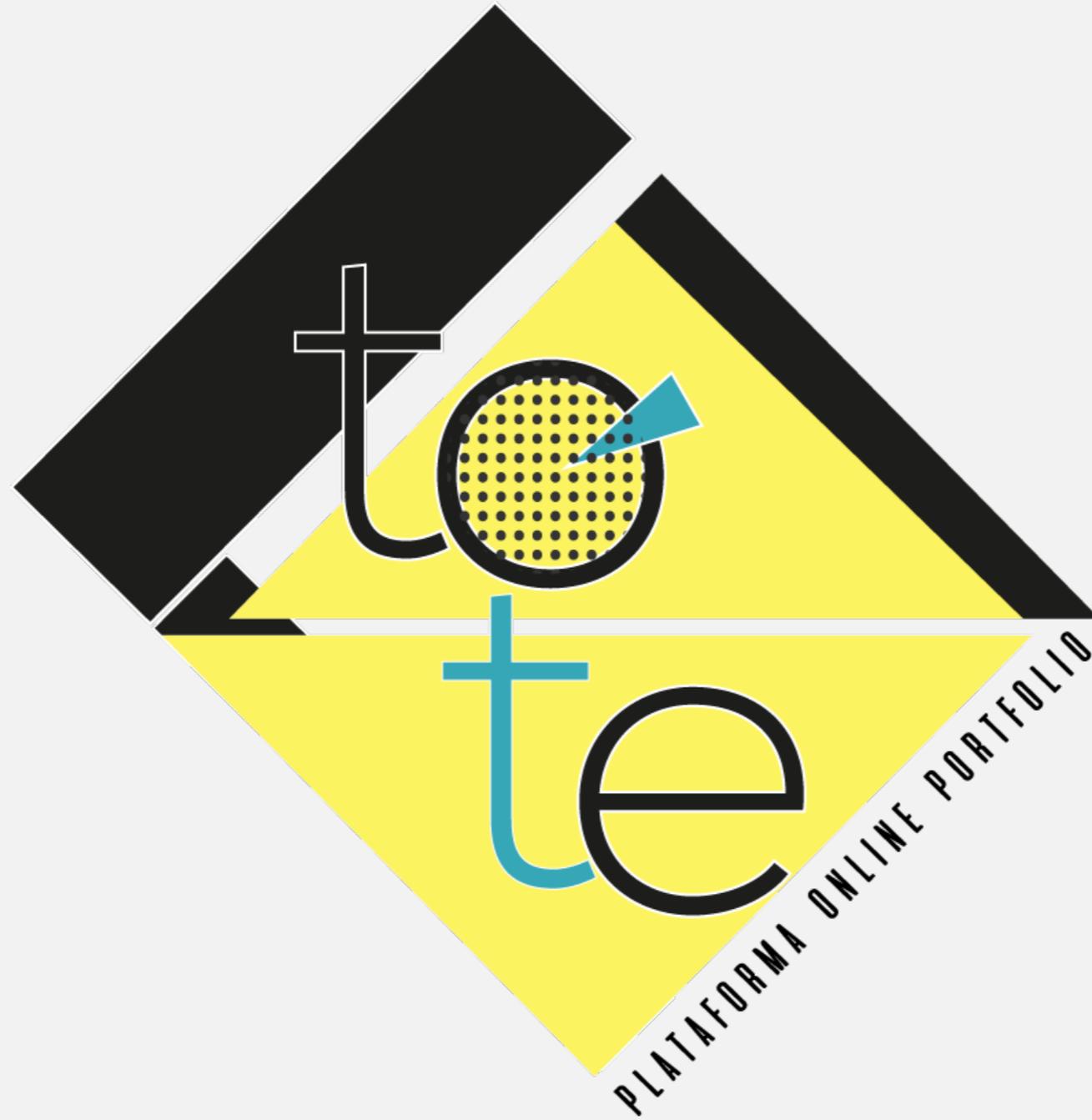


PLATAFORMA ONLINE PORTFOLIO

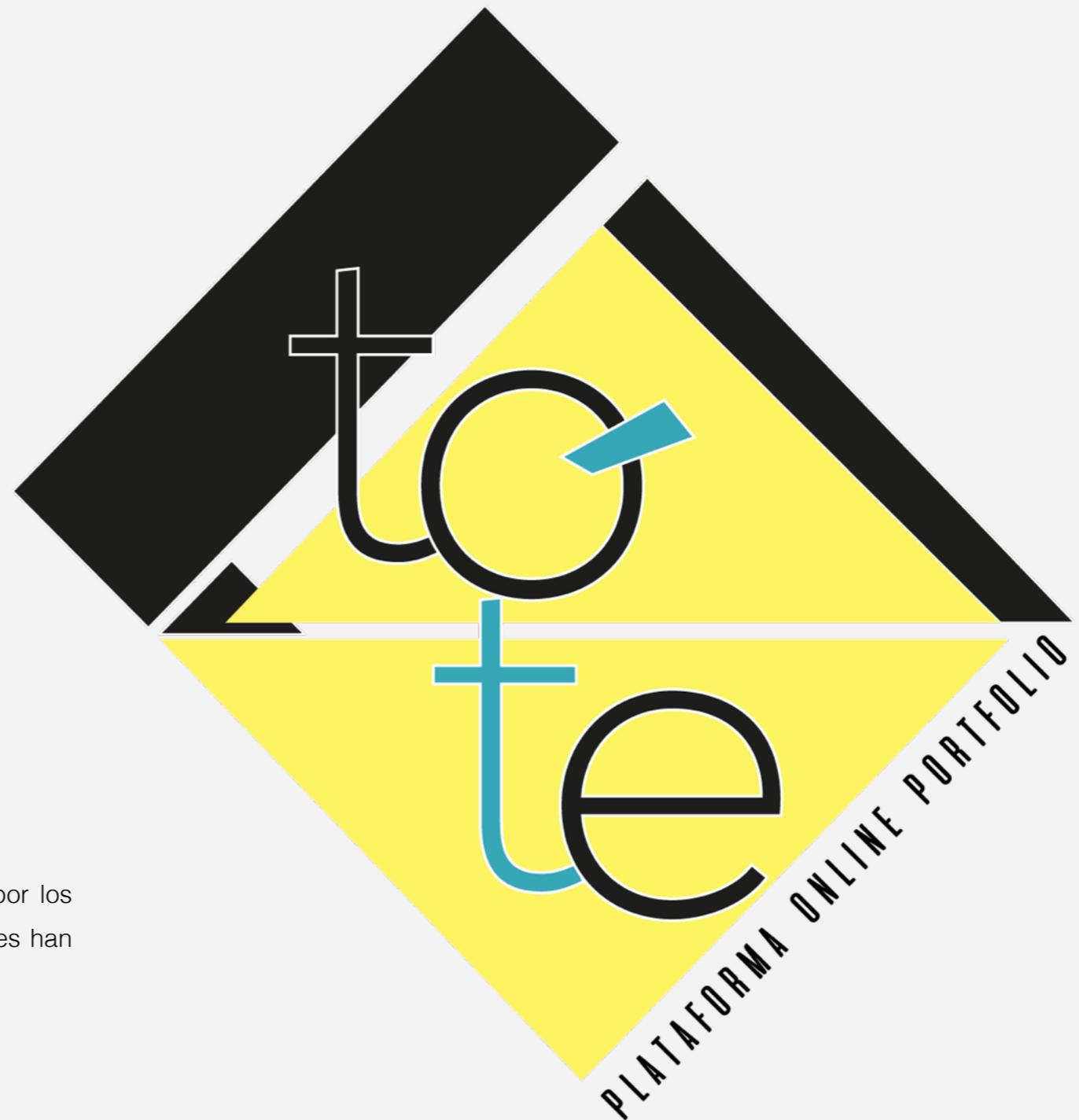
Logotipo



Logotipo



Logotipo



LOGOTIPO DE LA PLATAFORMA

El logotipo ha sido escogido al preguntar a distintas personas por los bocetos. El logo ha sido elegido entre 5 personas, 3 de las cuales han elegido este diseño.

