

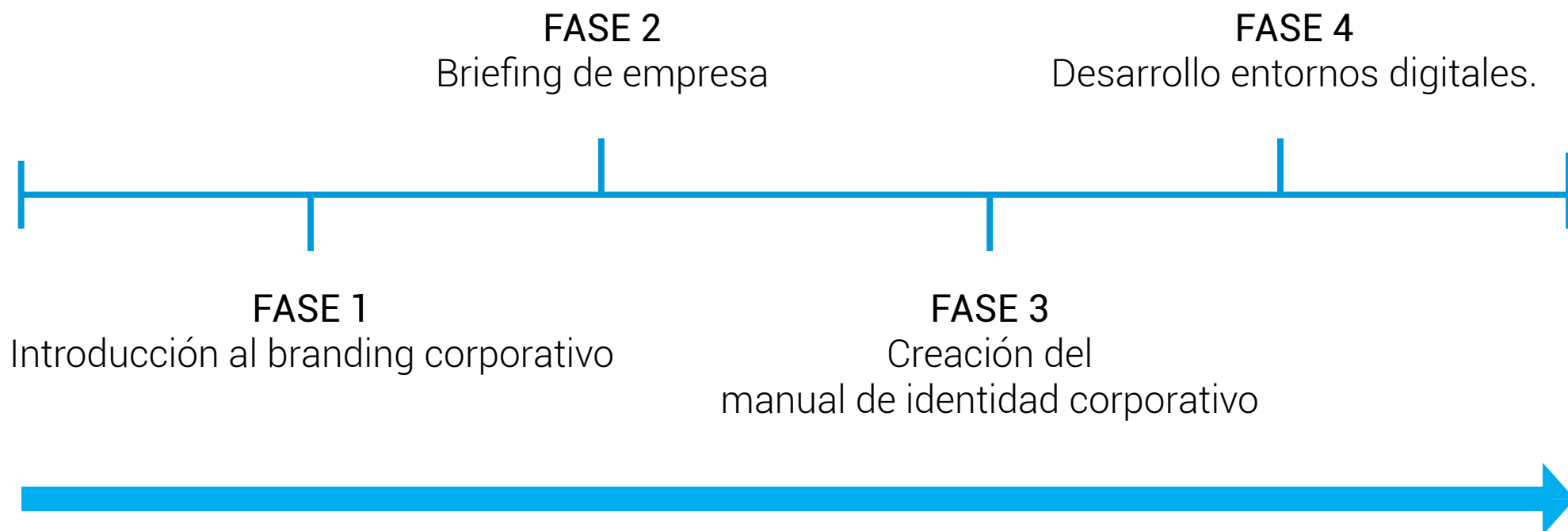
Conceptualización y diseño de una identidad corporativa y desarrollo gráfico multiplataforma

LO QUE Comen
LAS
Brujas

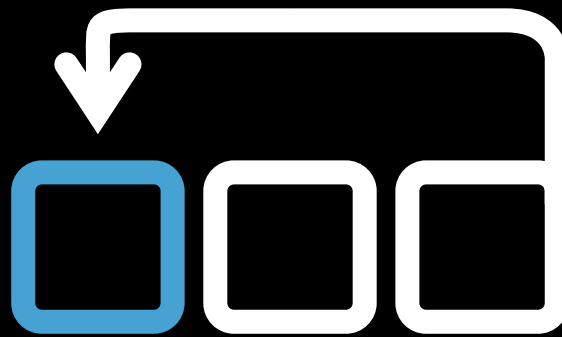


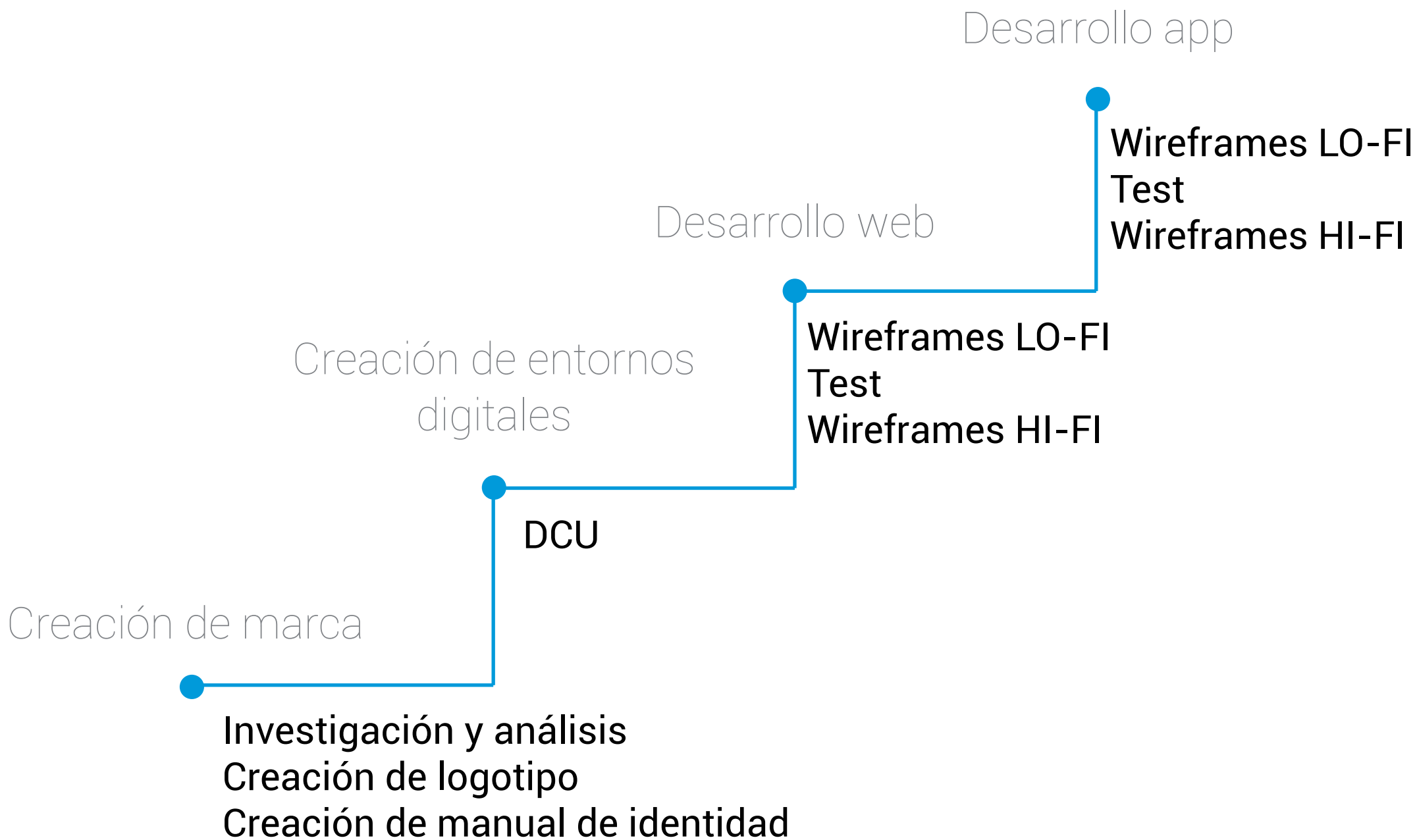
0 | Fases del proyecto

Este trabajo profundiza en el desarrollo de la identidad visual corporativa de una marca de nueva creación y su adaptación multiplataforma.

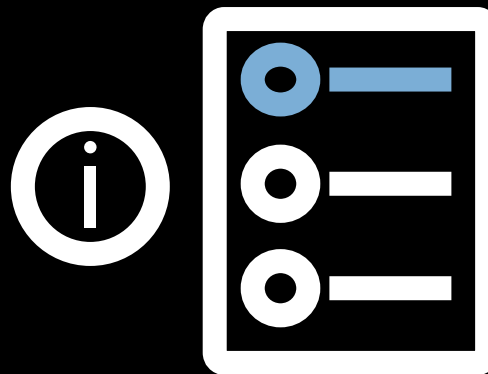


METODOLOGÍA





INTRODUCCIÓN



Fase 1 | Introducción al branding corporativo

[...] se entiende la marca como un proceso evolutivo cuyo objetivo principal es la distinción de un objeto o producto para diferenciarlo de los demás [...]

[...] el ser humano es y ha sido siempre un animal racional y se ha caracterizado siempre por su dimensión significativa[...]

[...] la marca adquiere un valor simbólico otorgado por el ser humano, siendo capaz de transformar la sociedad [...]

[...] La palabra Brand va mucho más allá de una marca o un símbolo, actualmente representa un proceso a través del cual las compañías otorgan un valor añadido a su producto y lo diferencian de los demás [...]

Fase 1 | Conclusiones

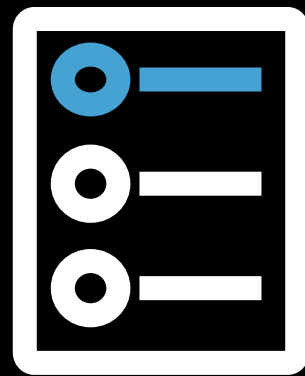


El proceso comunicativo hoy en día, dista mucho de cómo era hace tan solo 50 años, la revolución tecnológica que hemos sufrido en este periodo tiene gran parte de culpa.



La estandarización del ordenador como herramienta comunicativa, unido a la llegada de internet y la popularización de los canales comunicativos (RRSS), han dinamitado la direccionalidad en la que las marcas se comunicaban con sus consumidores, obligándolas a acercarse a ellos.

BRIEFING



Fase 2 | Briefing de empresa

Empresa

Actividad de la empresa

Ofrecer servicios de fotografía, vídeo y estilismo culinario basándose en la comida saludable.

Misión de la empresa

Contribuir a la creación de contenido creativo para promocionar empresas profesionales y amateurs del sector de restauración y fomentar el consumo de comida saludable.

Visión

La creación de un lugar de referencia para profesionales de sector de la restauración, que agrupe una serie de servicios que les permita otorgar un valor diferencial a sus productos.

Valores

Potenciar la creatividad en el sector de la restauración.

Promocionar la comida saludable.

Trabajar buscando el perfeccionismo.

Producto

Descripción Asesoramiento culinario y la creación de contenido creativo para empresas profesionales del sector de la restauración. Para ello se ofrecerán cursos (en una segunda fase) online y presenciales sobre estilismo culinario y servicios de creación de contenido (fotografía y vídeo) creativo para la promoción de productos de alimentación.

Características principales

Diferenciar a empresas profesionales del sector ofreciéndoles un valor diferencial para sus productos.

Calidad y precio

La calidad es el objetivo principal y diferenciador del producto. El precio se ajusta a las necesidades del trabajo; se ofrece un servicio online y uno presencial para cubrir las necesidades económicas de cualquier cliente, ofreciendo siempre contenido de calidad.

Fase 2 | Briefing de empresa

Imagen de marca

Ideas principales que quiere transmitir



Creatividad. Un producto de calidad, que otorgue un valor diferencial a un producto.

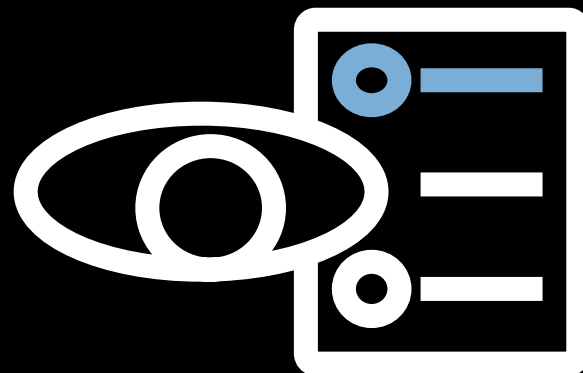


Vitalidad. Una empresa joven debe reflejar vitalidad en su imagen y contenidos.



Compromiso. La marca debe transmitir sus compromisos por una forma de vida saludable y respetuosa con el medio ambiente.

MANUAL DE IDENTIDAD



Fase 3 | Manual de identidad corporativo



Lo que comen las brujas

UNA PERSONALIDAD,
UNOS VALORES,
UNA MARCA

LO QUE COMEN LAS BRUJAS es la marca que nos representa allí donde aparece; no sólo identifica nuestros productos, sino que sintetiza nuestra manera de entender nuestra pasión por la gastronomía y la atención por los detalles que nos hacen únicos.

Nuestros valores principales y nuestro sello de identidad diferenciador.



Instagram



Foto perfil usuario



108 px

108 px

Facebook

Foto cabecera Facebook



315 px

851 px

Foto perfil usuario



160 px

Foto botón app



144 px

144 px



D10 | Elementos multimedia

Modelo genérico

Foto perfil Instagram

Redonda 108 px x 108px

Foto cabecera Facebook

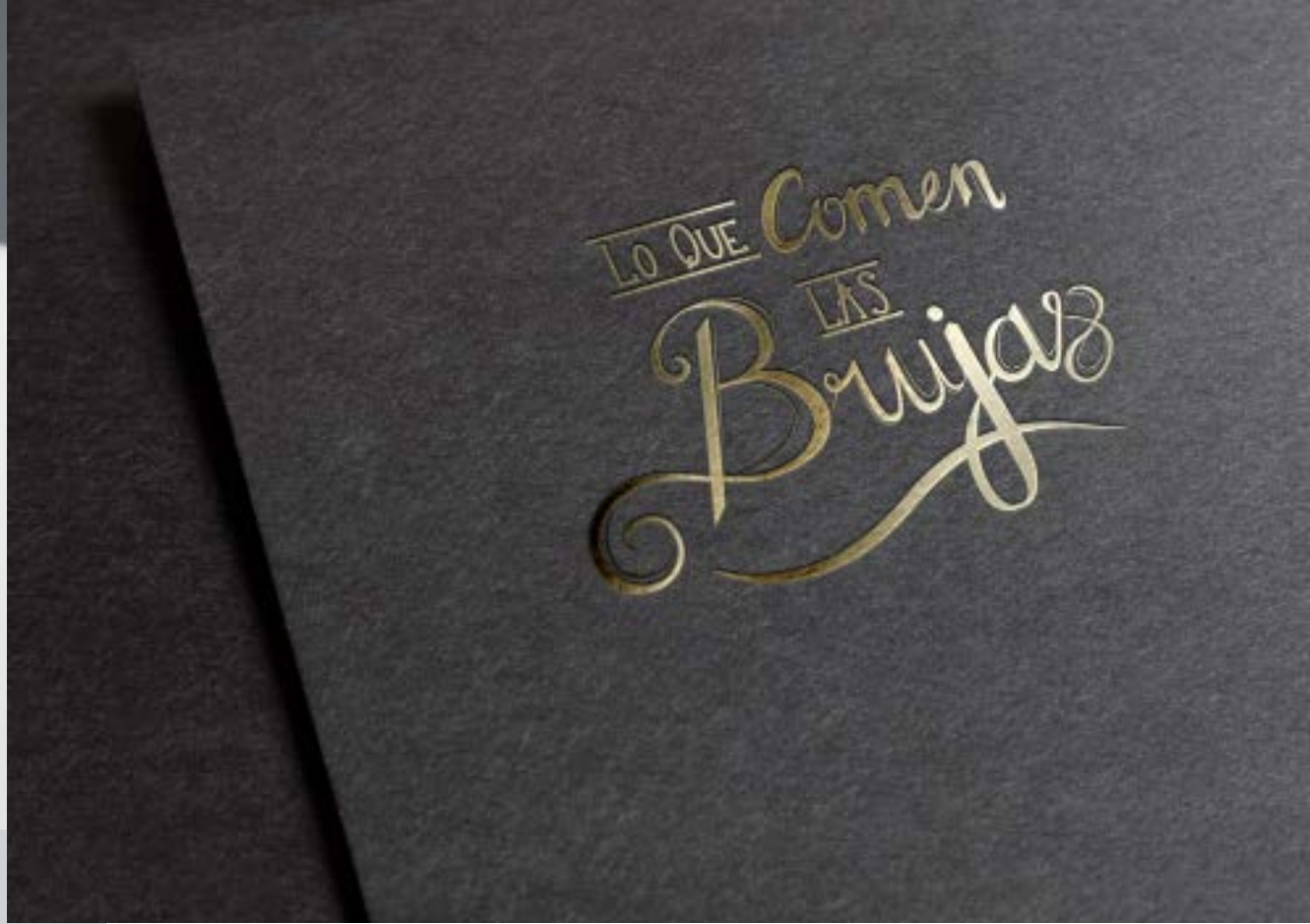
Rectangular 851px x 315px

Foto perfil usuario Facebook

Rectangular 160px x 160px

Foto Botón App

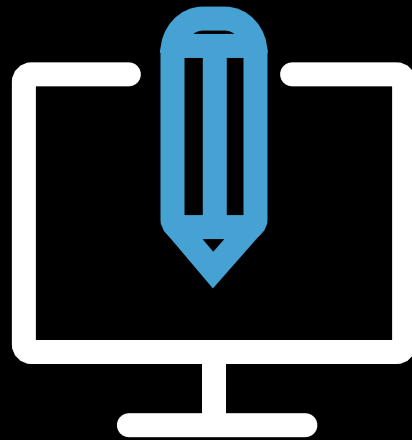
Rectangular 144px x 144px



LO QUE Comen
LAS
Brujas

Food & Creativity

DESARROLLO ENTORNOS DIGITALES



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Usabilidad UX

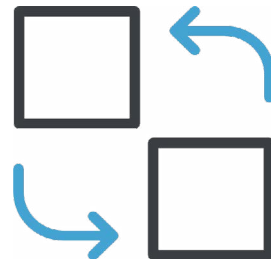
INVESTIGAR



PRODUCTO

Necesidades de clientes
Perfil de usuario
Tendencias de mercado

ORGANIZAR



INFORMACIÓN

Analizar
Clasificar
Conclusiones

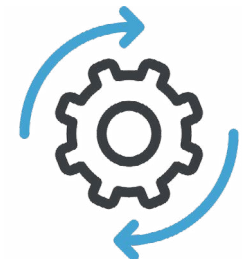
DISEÑAR



PROTOTIPOS

Arquitectura Información
Wireframes LO-Fi
Wireframes HI-Fi

PROBAR



FUNCIONALIDAD

Test a usuarios

INVESTIGAR



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Investigar

Necesidades

- Usuarios preocupados por la alimentación saludable.
- Facilitar las búsquedas de recetas por internet.
- Creación de una app de alimentación saludable

Perfil de usuario

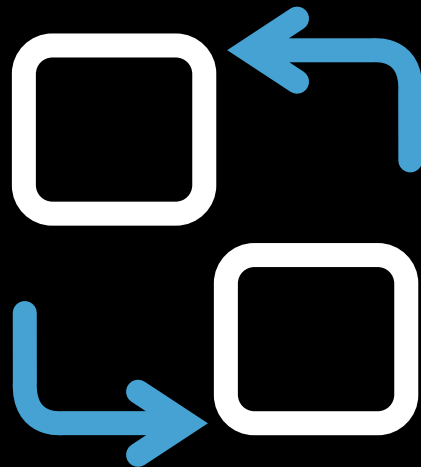
- Mayoría de usuarios con estudios superiores finalizados.
- Rango de edad entre 36 y 45 años.
- Más de dos horas diarias conectados a internet.
- Mayoría de usuarios emancipados.

Tendencias

- Logotipos hand made.
- Web minimalistas.
- Fotografías infinitas.
- Contenido dinámico.
- Figuras geométricas.



ORGANIZAR



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Organizar

Analizar

- Al 95 % de los usuarios le preocupa la comida saludable.
- El 98% de los usuarios realiza búsquedas de recetas por internet.
- El 41% de los encuestados valora positivamente una app de alimentación saludable.

Clasificar

- Smartphone como dispositivo prioritario de conexión.
- Facebook e Instagram las RSS más populares.
- Usuarios habituados al uso de apps en dispositivos portátiles.

Conclusiones

- Creación de una app.
- Creación de perfiles en RRSS: Facebook e Instagram.

Fase 4

Desarrollo entornos digitales

Perfil usuarios ideales

Datos demográficos

Trabajadora, Cocinera
Edad: 36
Unidad Familiar: 4

Datos de conexión

Smartphone, tablet
Horas diarias de conex: 1

Personal

Cocinera profesional regenta un restaurante de comida saludable. Busca cada día fuentes externas que le ayuden a mejorar el negocio. Persona muy detallista, no deja nada al azahar; cada día sube imágenes a las RRSS de su negocio para promocionarlo.

Objetivos

Busca imágenes gastronómicas profesionales y presentaciones diferentes para llamar la atención de sus clientes

Escenario

Se conecta diariamente usando una tablet principalmente.

Acciones

Seguidor en RRSS, descarga cursos online de fotografía culinaria

Fase 4

Desarrollo entornos digitales

Perfil usuarios ideales

Datos demográficos

Trabajador, Educador Social

Edad: 33

Unidad Familiar: 3

Datos de conexión

Smartphone, tablet

Horas diarias de conex: +2

Personal

Aficionado a la cocina y comprometido con la comida saludable tiene un blog desde hace unos años. Es Vegano y busca recetas veganas diferentes para compartirla con sus seguidores y hacer más atractiva la dieta del día a día.

Objetivos

Busca menús diferentes, atractivos para compartir. Busca mejorar la técnica de fotografía mejorar los contenidos de su blog.

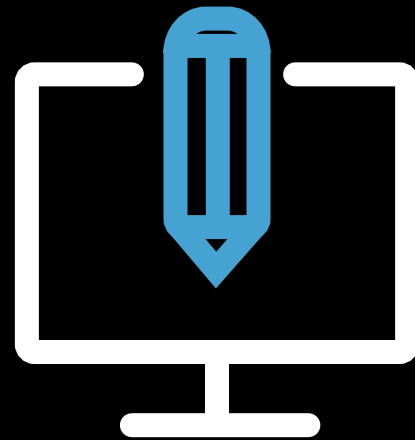
Escenario

Se conecta diariamente usando el smartphone como dispositivo principal

Acciones

Seguidor en RRSS, comparte contenido y publica recetas. Descarga cursos online de fotografía culinaria

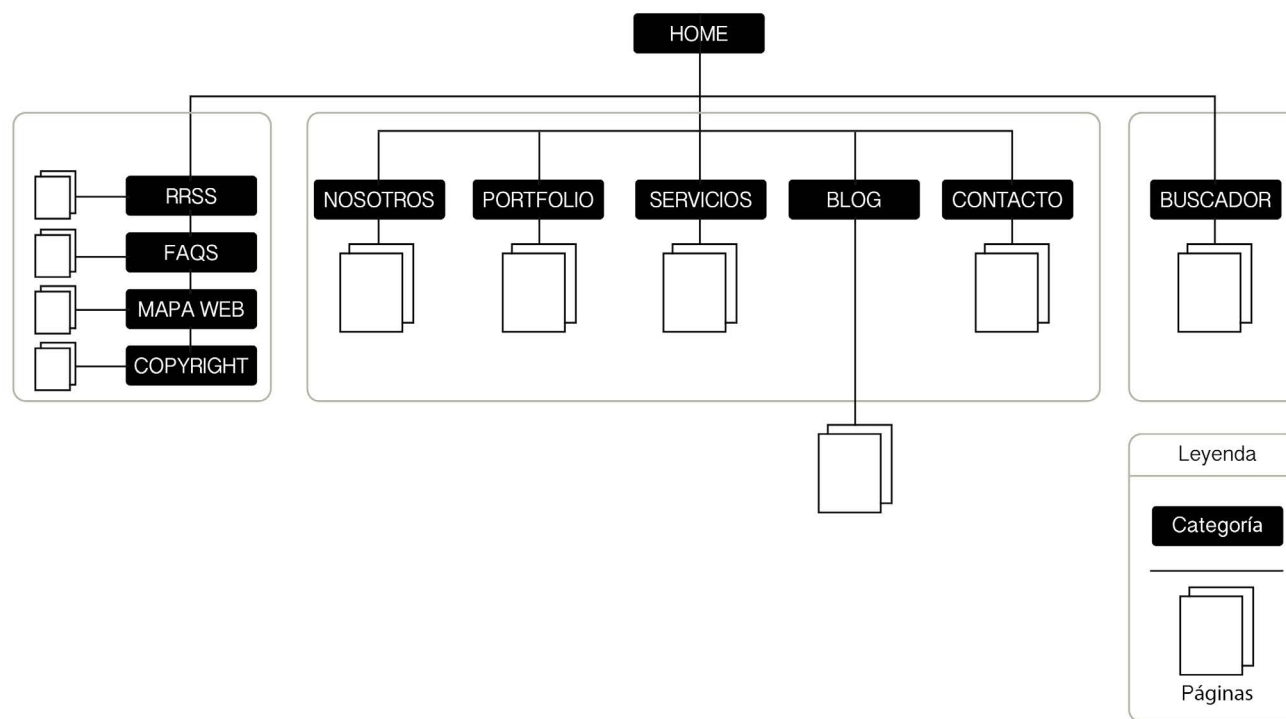
DISEÑAR



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Arquitectura de la información

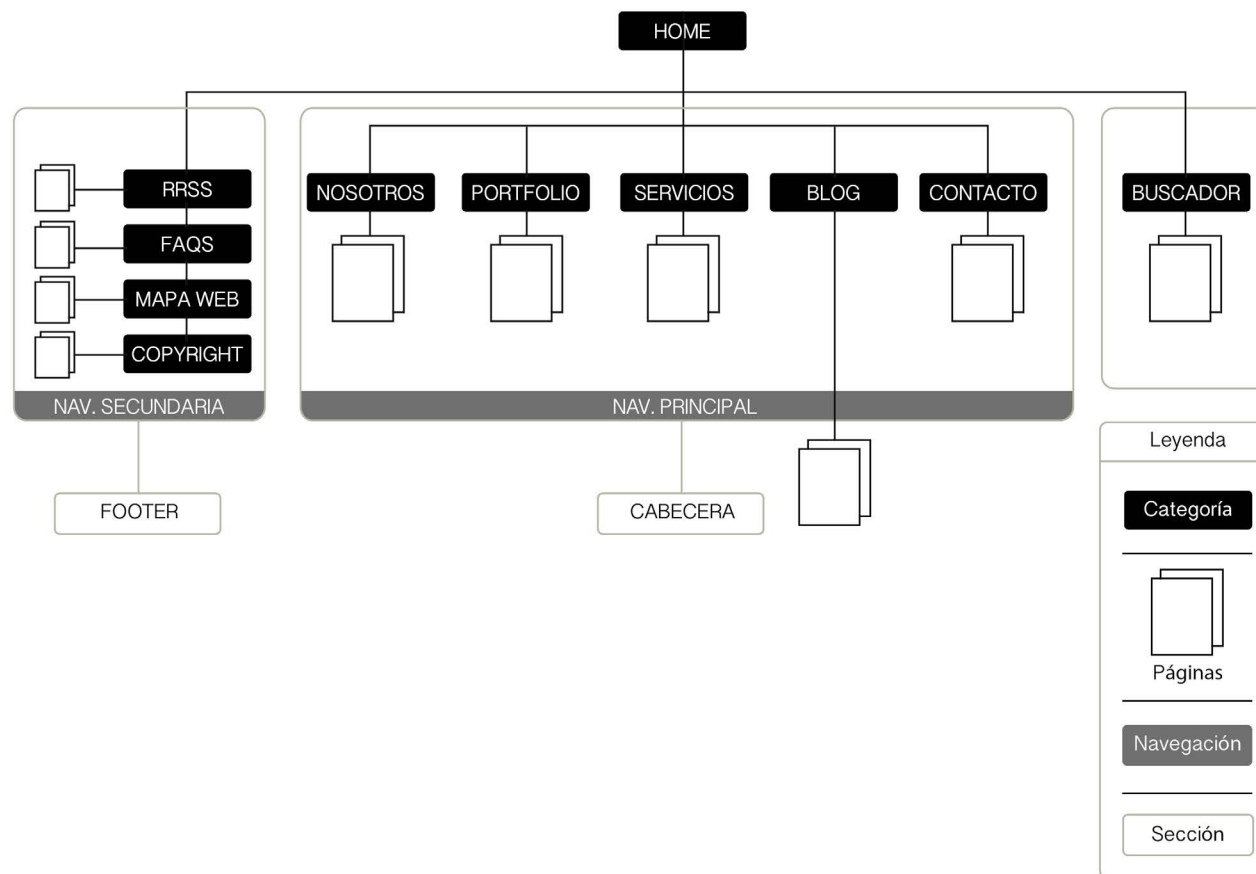
Menú de navegación Web



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Arquitectura de la información

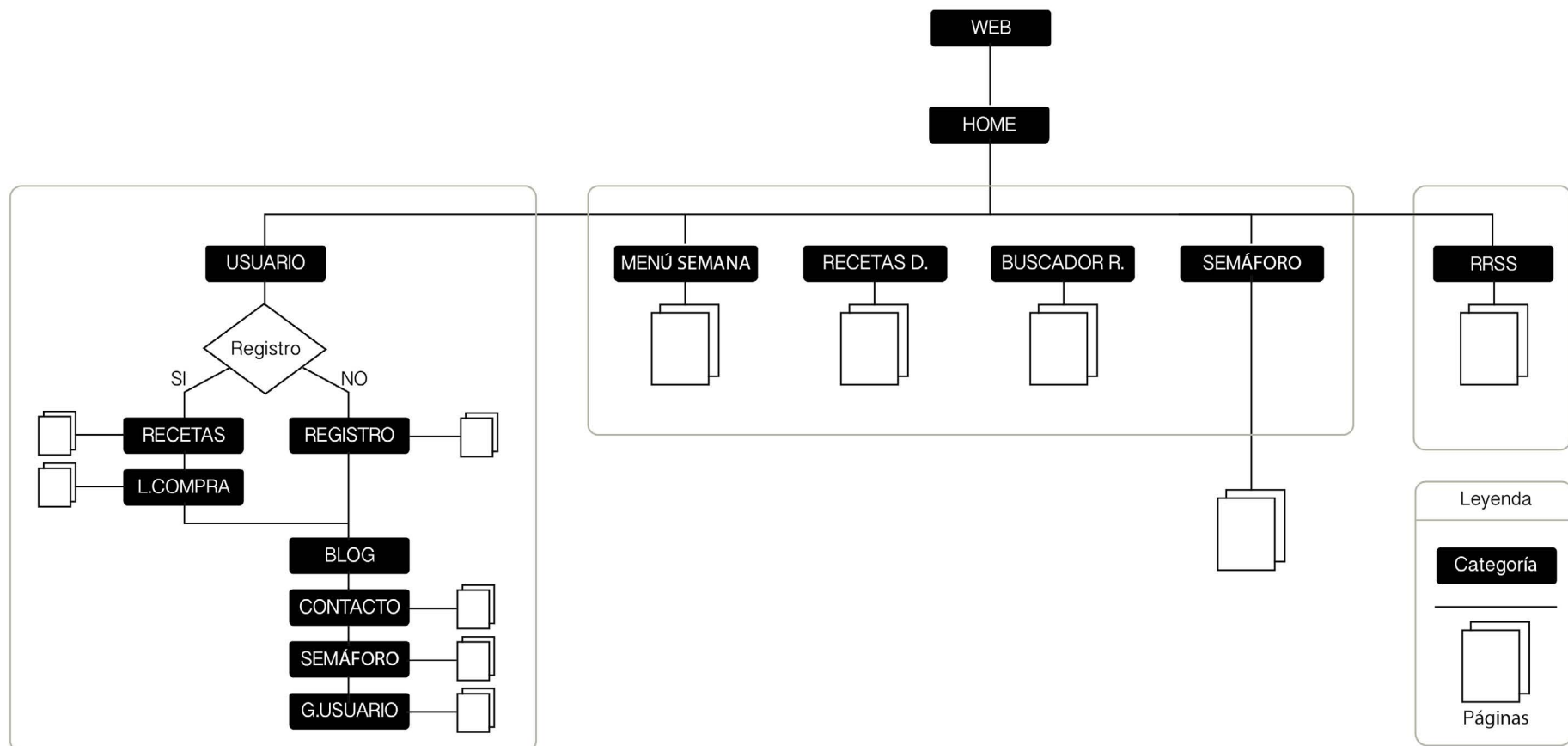
Árbol de contenidos Web



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Arquitectura de la información

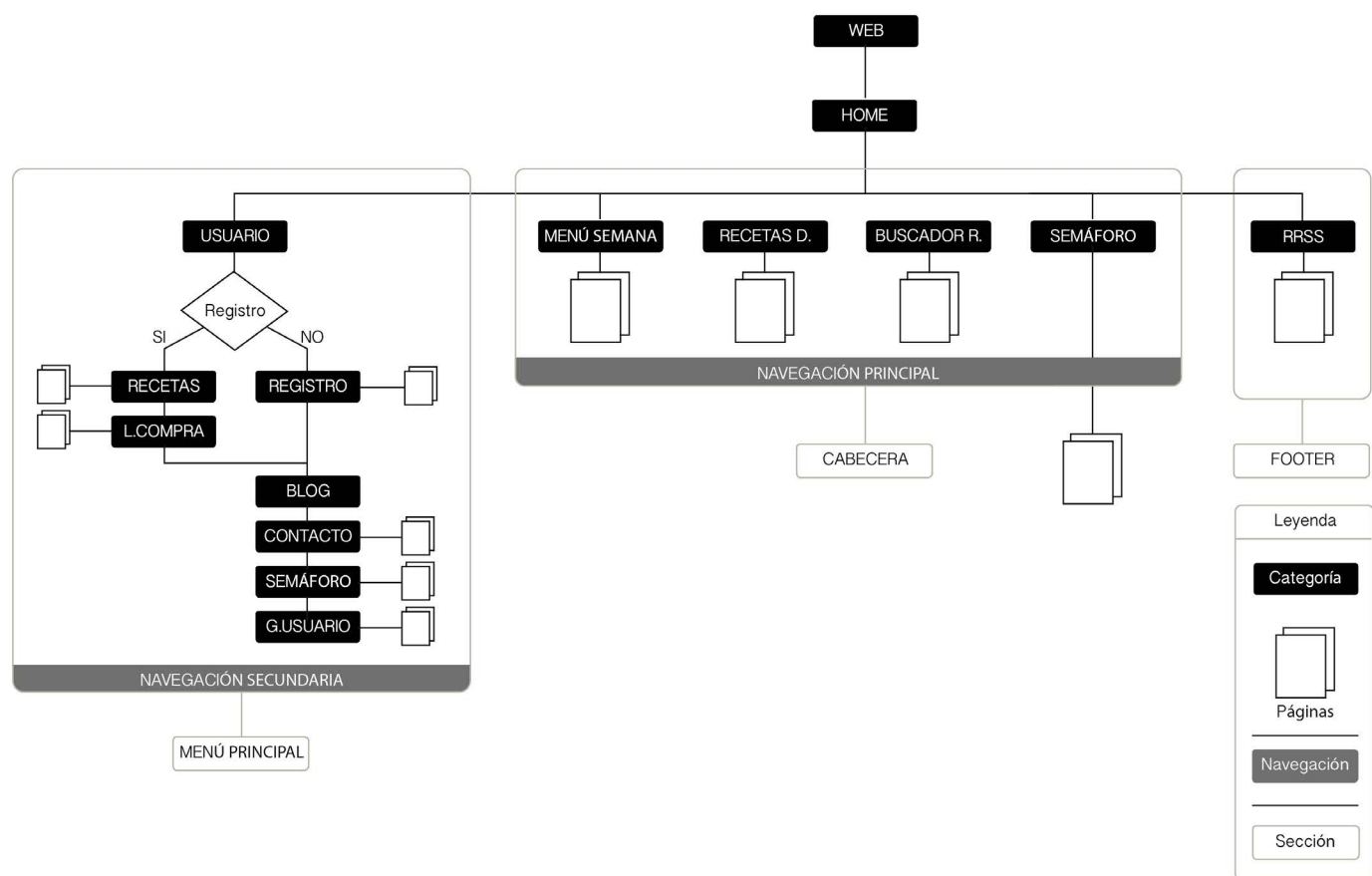
Menú de navegacion App



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Arquitectura de la información

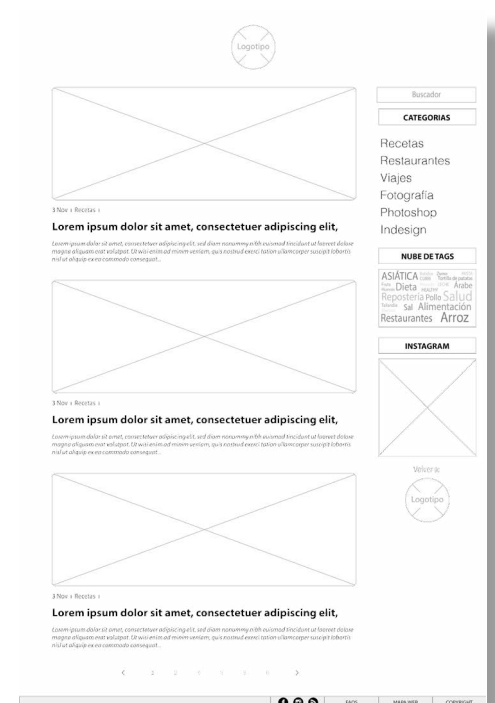
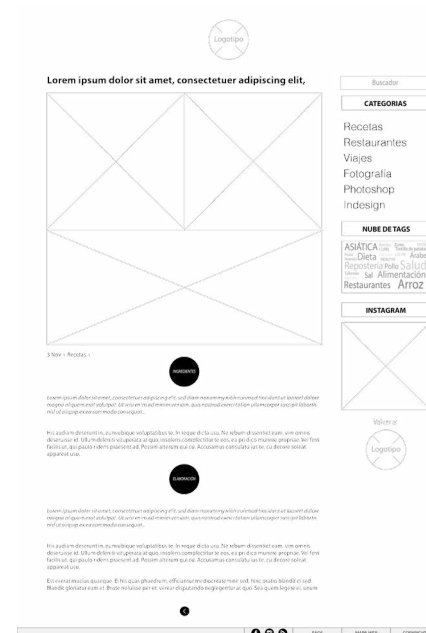
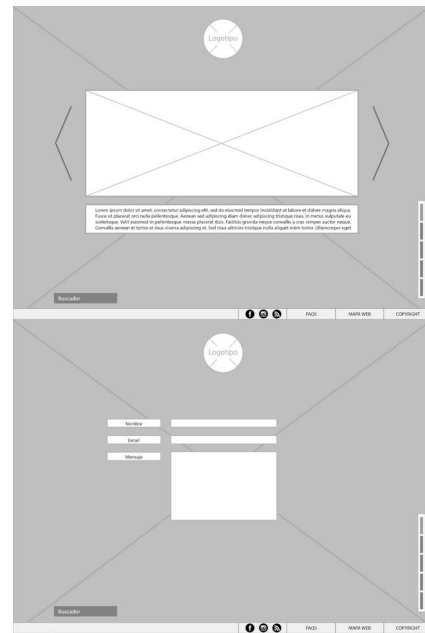
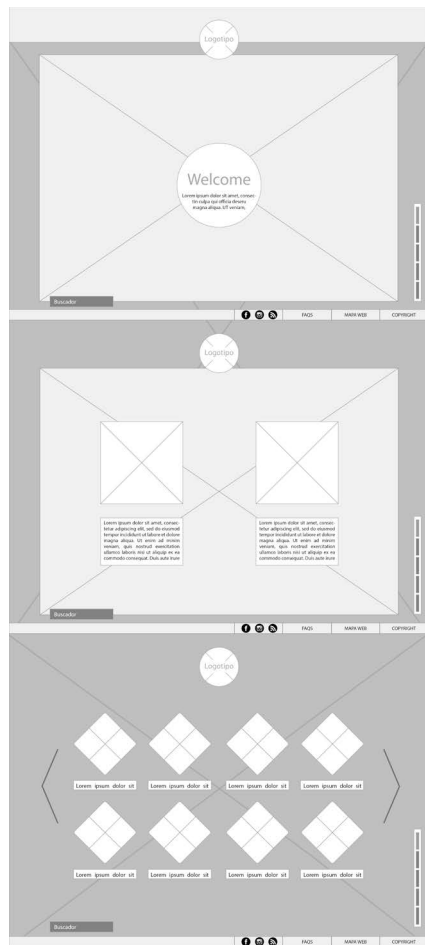
Árbol de contenidos App



Fase 4

Desarrollo entornos digitales

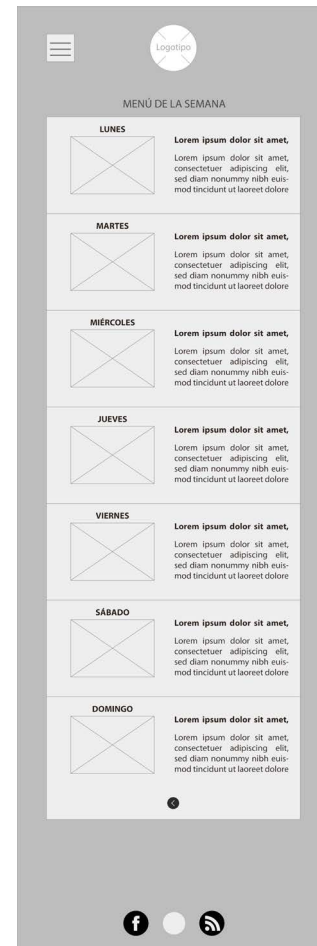
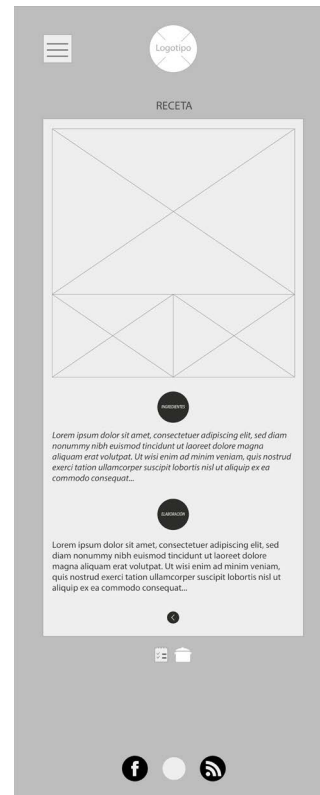
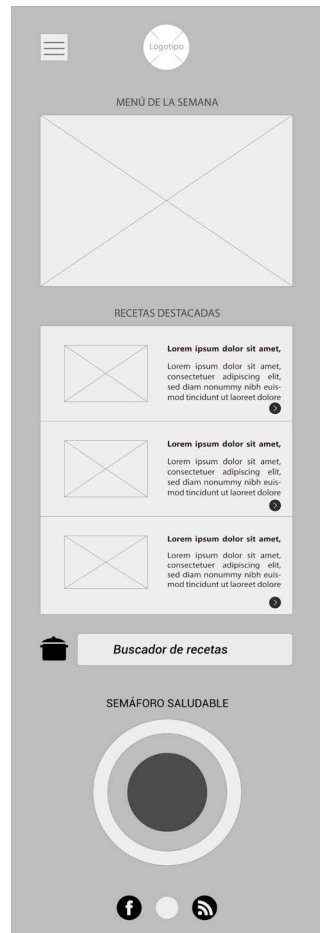
Wireframes LO-FI | Web



Fase 4

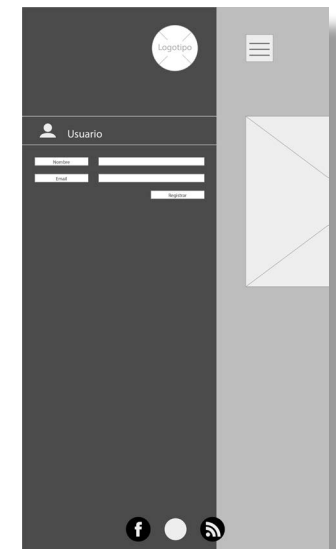
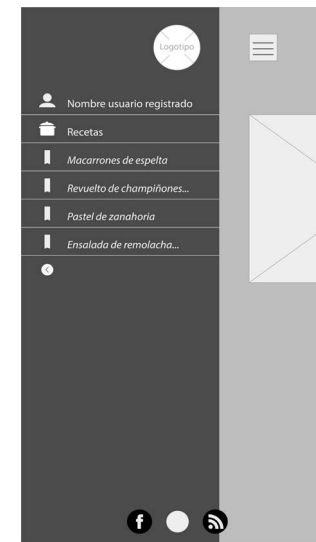
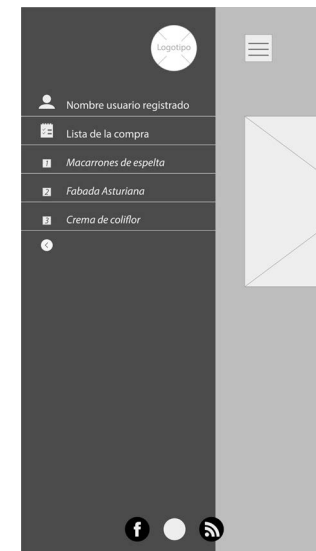
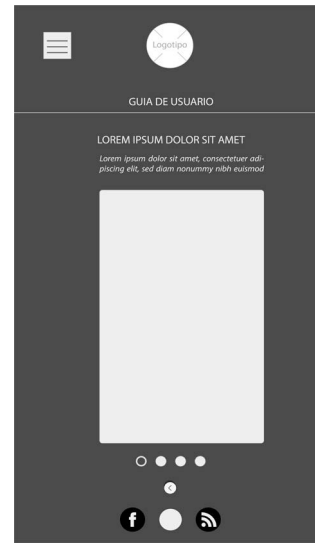
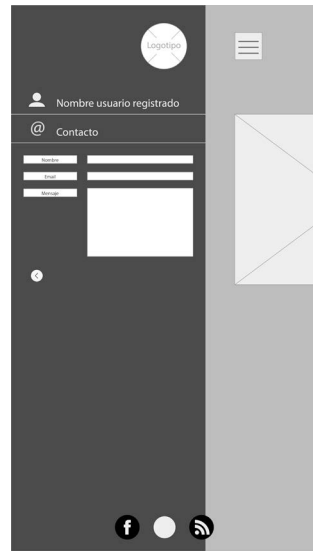
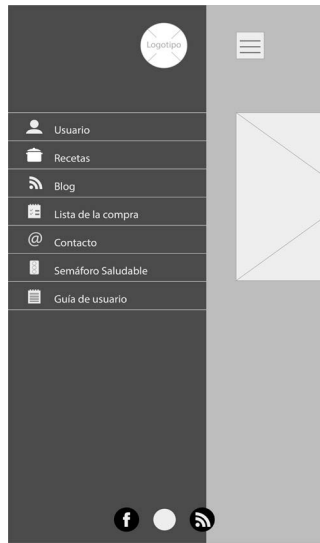
Desarrollo entornos digitales

Wireframes LO-FI | App

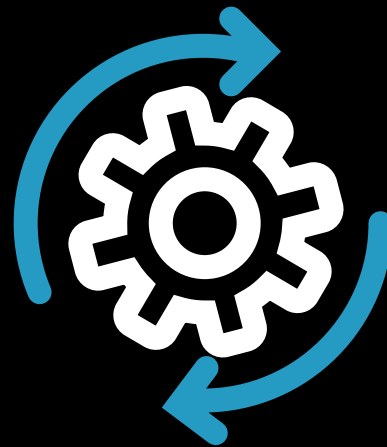


Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Wireframes LO-FI | App



PROBAR



Fase 4 | Desarrollo entornos digitales

Arquitectura de la información

Resultado Test User

Web

- Inserción de un breadcrumbs en la página principal.
- Inserción de un buscador en la página principal.
- Inserción de un botón HOME.
- Inserción de un botón VOLVER en blog.
- Inserción de Nube de tags en blog.

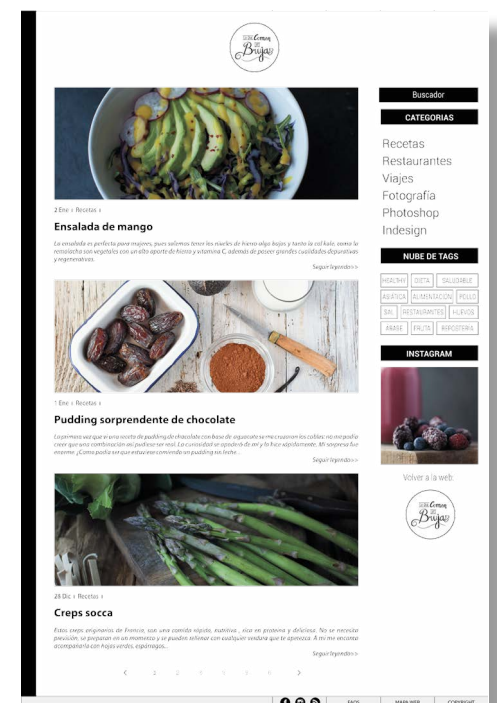
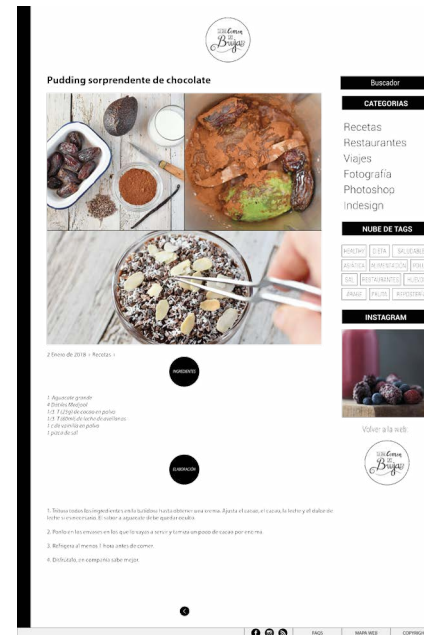
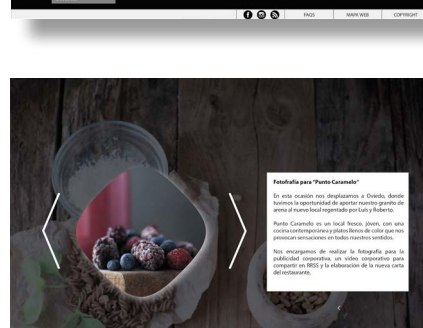
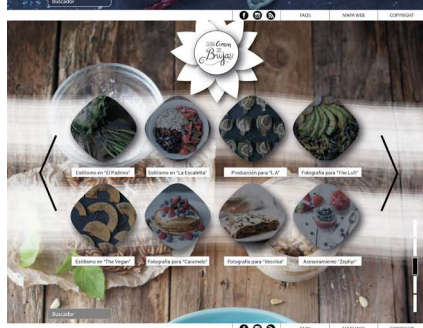
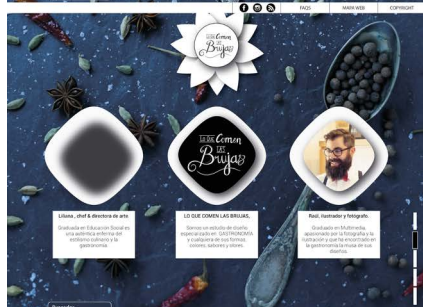
App

- Eliminación de publicidad.
- Añadir info de contacto.
- Añadir el nombre del usuario registrado.
- Añadir una guía de usuario.
- Añadir ingredientes a lista de la compra.

Fase 4

Desarrollo entornos digitales

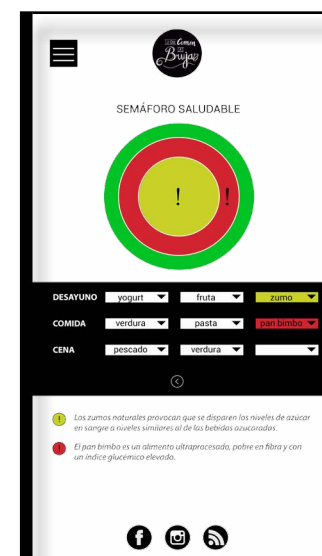
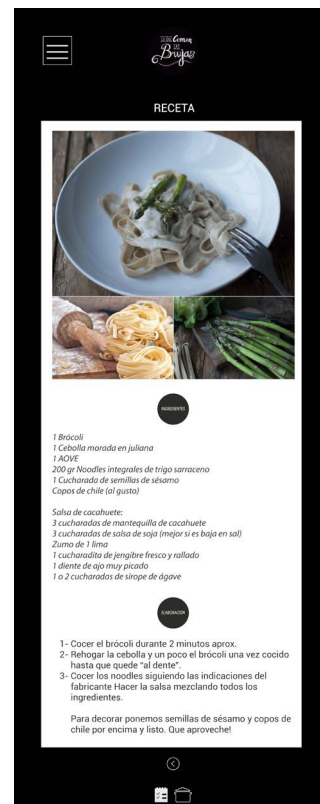
Wireframes HI-FI | Web



Fase 4

Desarrollo entornos digitales

Wireframes HI-FI | App



Fase 4

Desarrollo entornos digitales

Wireframes HI-FI

App

