

El cementerio de **las marcas**

Lo que pudo ser y no fue

#4



IDENTIDAD CORPORATIVA
DE **COMPOSTELA CAR**

PROPUESTAS DE MARCA GRÁFICA
I 2016

Proyecto: Identidad corporativa y marca gráfica

Cliente: Compostela Car

Año: 2016

Aplicaciones de marca:

- Papelería corporativa
- Campaña de marketing para el lanzamiento
- Gráfica publicitaria

Agencia: Sígaris

+ INFO

«Hay preguntas recurrentes entre los curiosos ajenos a esta profesión pero sufridores de ella **¿cómo se crea una marca?, ¿cómo se decide que una marca debe de ser de una manera y no de otra, de un color y no de otro?, ¿existen normas para diseñar una marca? y... ¿qué pasa con las propuestas que no son elegidas?**

El **cementerio de las marcas** es la respuesta a esas preguntas. Muestra el nacimiento de una marca para un producto o servicio, para una empresa, evento o institución, como fue el proceso de creación, selección y activación de la marca. Es sobre todo **un homenaje a las marcas rechazadas que cumplen los requisitos para identificar y diferenciar al producto o servicio.**

Nunca representarán a ninguna empresa, evento, institución, producto o servicio, no estarán en ningún anuncio, página web, red social, valla publicitaria, tarjeta de visita o mente de ningún consumidor.

El **cementerio de las marcas** resarce a las marcas rechazadas **enseñando lo que pudo ser y no fue**, muestra a la elegida, la razón de haberlo sido de boca del cliente, para terminar enseñando cómo fue su activación».

Compostela Car empresa situada en Santiago de Compostela comienza su andadura en 2016 y se pone en contacto con la agencia para diseñar su marca gráfica.

Se trata de un taller mecánico perteneciente a la red AutoCrew de Bosch, que a la vez es un concesionario de venta de automóviles de ocasión.

Desde la dirección de la empresa viene determinado que **debe existir una marca para cada división de la empresa**, una para el taller y otra para la venta, **ambas unidas por la raíz Compostela Car.**

Gráficamente la marca debe convivir con Bosch, de hecho debe pasar su filtro. La dirección quiere una marca neutra en sintonía con la de Bosch, que recuerde a las marcas de vehículos de gama alta, **una marca que comunique en silencio con el trabajo del día a día.**

La última premisa es que el diseño debe presentar dos versiones:

- **Compostela Car Service**, taller AutoCrew,
- **Compostela Car Ocasión**, venta de vehículos.

Propuesta de marca gráfica con tres versiones de uso para las diferentes aplicaciones corporativas de la empresa.

Se diferencia la 'marca raíz' de la actividad de la empresa mediante el empleo de caja alta y baja, la cromática en gris y rojo y la composición. Ésto establece una jerarquía en la lectura que hace comprender la división de la empresa.

Esta primera propuesta ofrece la alternativa de uso de símbolo marcario para usos corporativos donde la cantidad de información o la importancia de ésta pide una mera presencia de la marca y no una identificación verbal como puede ser en la señalética de las instalaciones.

MARCA GRÁFICA COMPLETA

CS | COMPOSTELAcAR
service

CO | COMPOSTELAcAR
ocasión

MARCA GRÁFICA ABREVIADA

CS service

CO ocasión

SÍMBOLO

CS

CO

Segunda propuesta de marca gráfica con dos alternativas de uso para las diferentes aplicaciones corporativas.

La 'marca raíz' está compuesta en caja baja y la actividad de la empresa en caja alta. La cromática gris se interrumpe con las oes que actúan como elemento gráfico distintivo a modo de paréntesis invertido.

La versión abreviada es una combinación más corta de la marca necesaria para determinados usos corporativos.

MARCA GRÁFICA COMPLETA

compstela car
SERVICE

compstela car
OCASIÓN

MARCA GRÁFICA ABREVIADA

car SERVICE

car OCASIÓN

Tercera propuesta, logotipo más símbolo, que ofrece dos alternativas de uso para las aplicaciones corporativas: marca gráfica completa o símbolo.

La 'marca raíz' y la actividad de la empresa están compuestas en caja baja, la diferenciación se hace mediante la cromática y el uso de la familia tipográfica.

Para usos corporativos donde la marca debe de ser meramente presencial se crea un símbolo común a las dos actividades de la empresa. Debe emplearse siempre en negativo sobre fondo rojo.

MARCA GRÁFICA COMPLETA

Compostela Car
Service 

Compostela Car
Ocasión 

SÍMBOLO



La elección

Palabra de cliente

«Al ver las tres propuestas y las versiones de marca de cada una no pude decantarme al instante porque todas se ajustaban a lo que buscábamos para Compostela Car. Después de unos días de reflexión con las tarjetas de visita en la mano vi claro que la segunda era la idónea para nuestro modo de trabajar. Resolvía gráficamente el nombre tan largo de la empresa. Además era la más compatible con la marca Bosch»

Pablo Fernández / Gerente de Compostela Car

compostela car
SERVICE

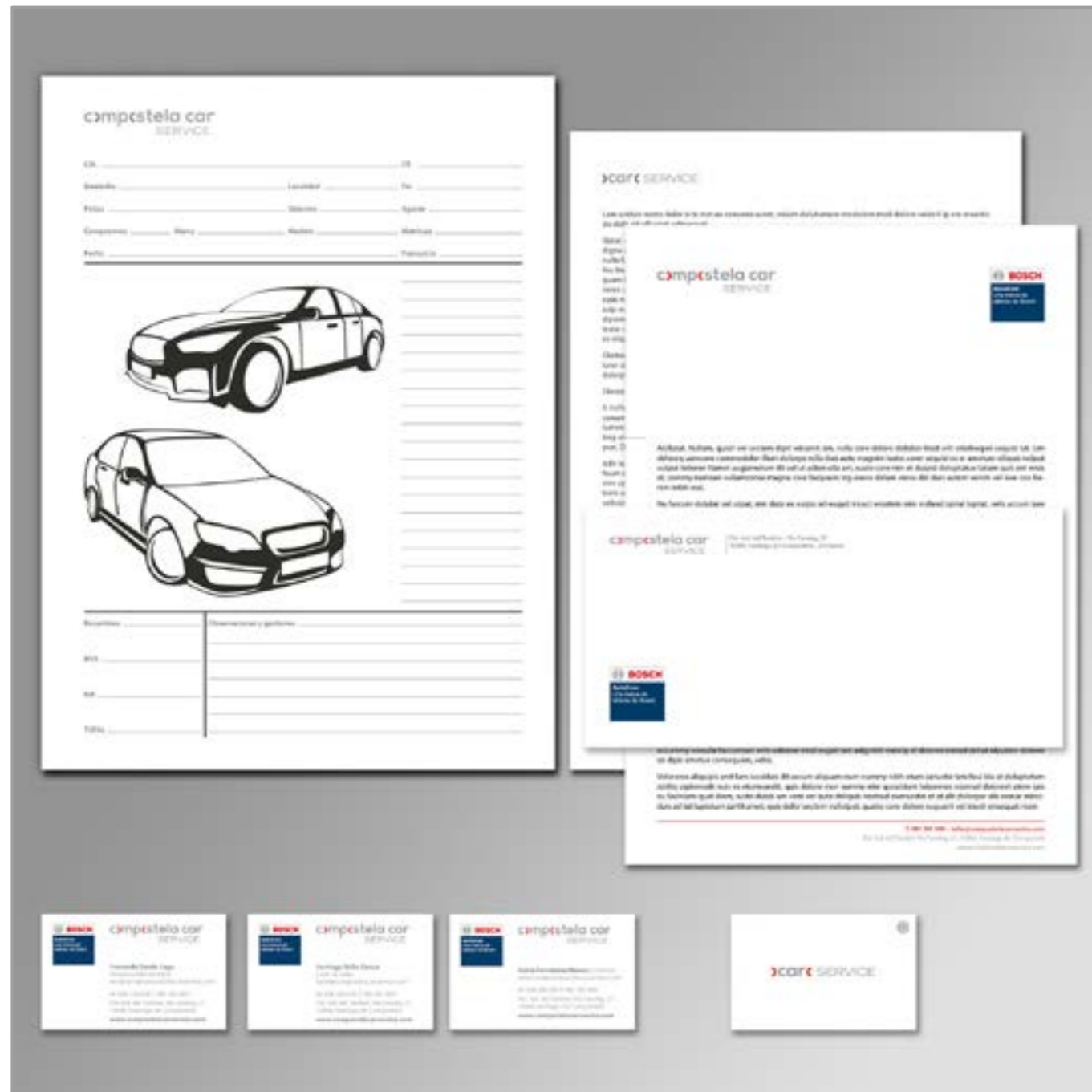
compostela car
OCASIÓN

car SERVICE

car OCASIÓN

Aplicaciones

Papelería corporativa



Compostela Car Service

Carpeta interna

Papel carta primera y segunda hoja

Sobre DL

Tarjeta de visita, 3 modelos. Anversos y reverso



Compostela Car Ocasión

Carpeta interna

Papel carta primera y segunda hoja

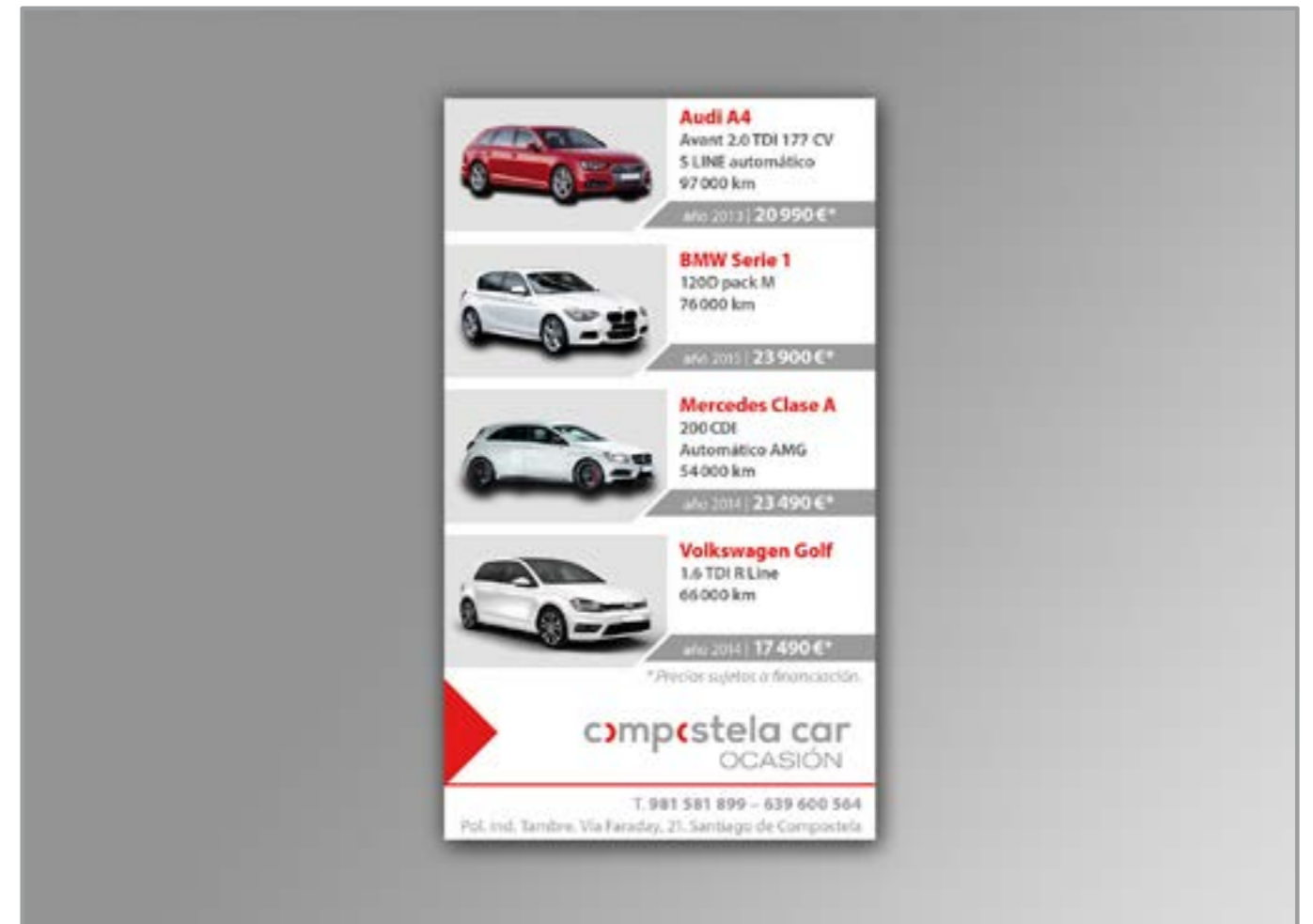
Sobre DL

Tarjeta de visita, 1 modelo. Anverso y reverso

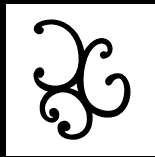
Aplicaciones



Gráfica de campaña de lanzamiento, tarjetón promocional



Anuncio para prensa escrita



SÍGARIS, AGENCIA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y BRANDING

WWW.SIGARIS.ES