

CAP. 4 ESTRATEGIAS DE MARKETING

4.1 ESTRATEGIA DE IDENTIDAD DE MARKETING

4.1.1 PRESENTACIÓN DE MARCA

DISEÑO Y ELECCIÓN DEL LOGOTIPO:



PERSONALIDAD DE LA MARCA:

Energética y Vibrante: SPARKSPLASH es una marca llena de vida y dinamismo. Refleja una energía contagiosa que se transmite en cada burbuja y cada sorbo, invitando a todos a vivir con más intensidad y alegría.

Joven y Divertida: Con un espíritu joven y juguetón, SPARKSPLASH se asocia con momentos de diversión y celebración. Es la elección perfecta para quienes buscan añadir un toque de emoción a sus reuniones y aventuras diarias.

Innovadora y Audaz: SPARKSPLASH no teme destacarse y romper moldes. Con un enfoque audaz en el sabor y la experiencia, la marca siempre está a la vanguardia, ofreciendo algo nuevo y emocionante a sus consumidores.

Fresca y Refrescante: Representando la máxima frescura, SPARKSPLASH es la bebida ideal para revitalizar y refrescar. Su perfil de sabor vibrante y refrescante hace que cada sorbo sea una experiencia revitalizante.

Amigable y Conectada: SPARKSPLASH es accesible y cercana, siempre buscando conectar con su comunidad de seguidores. La marca valora la autenticidad y se enorgullece de formar parte de los momentos especiales de sus consumidores.

Inspiradora y Positiva: SPARKSPLASH inspira a vivir cada momento al máximo, con una actitud positiva y optimista. Promueve una visión de la vida donde cada día es una oportunidad para disfrutar y celebrar.



JERARQUÍA DE LA MARCA:

Línea tradicional Gaseosas:

Coca-Cola	Fanta	Sprite
 Coca-Cola 3 lt 6pack SABOR ORIGINAL -10% Bs. 84 Bs. 75.6 X6 3 litros Agregar	 Fanta naranja 3 lt 6pack NARANJA -10% Bs. 84 Bs. 75.6 X6 3 litros Agregar	 Sprite 3 lt 6pack SABOR ORIGINAL -10% Bs. 84 Bs. 75.6 X6 3 litros Agregar
 Coca-Cola retornable 2 lt SABOR ORIGINAL -6% Bs. 77 Bs. 7.2 RETORNABLE INCLUYE BOTELLA X6 2 litros Agregar	 Fanta limón 3 lt 6pack LIMÓN -10% Bs. 84 Bs. 75.6 X6 3 litros Agregar	 Sprite retornable 2 lt SABOR ORIGINAL -6% Bs. 77 Bs. 7.2 RETORNABLE INCLUYE BOTELLA X6 2 litros Agregar
 Coca-Cola 500 ml 6pack SABOR ORIGINAL -17% Bs. 30 Bs. 24.9 X6 500 ml Agregar	 Fanta papaya 3 lt 6pack PAPAYA -10% Bs. 84 Bs. 75.6 X6 3 litros Agregar	 Sprite sin azúcar 2 lt 6pack SIN AZÚCAR -10% Bs. 60 Bs. 54 X6 2 litros Agregar

Línea media Jugos:

 MÚLTIPLE Del valle néctar durazno 200 ml 6pack + del valle... -35% Bs. 36 Bs. 23.4 Agregar	 DURAZNO 3 litros Bs. 15 Agregar
 DURAZNO Del valle néctar durazno 300 ml 6pack -20% Bs. 18 Bs. 14.4 Agregar	 MANZANA 3 litros Bs. 15 Agregar
 MANZANA Del valle néctar manzana 300 ml 6pack -20% Bs. 18 Bs. 14.4 Agregar	 DURAZNO Del valle néctar durazno 200 ml 6pack -20% Bs. 18 Bs. 18 Agregar

Línea premium Energizante:

 CITRUS PASSION FRUIT Powerade citrus passion fruit 473 ml 6pack -35% Bs. 36 Bs. 23.4 Agregar	 ENER 350 ml -10% Bs. 42 Bs. 37.8 Agregar
 MORA AZUL Powerade mora azul 990 ml 6pack -15% Bs. 60 Bs. 51 Agregar	 ENERGY ULTRA SIN AZÚCAR 473 ml Bs. 17 Agregar
 MORA AZUL Powerade mora azul 473 ml 6pack -15% Bs. 36 Bs. 30.6 Agregar	 ENERGY ULTRA SIN AZÚCAR 473 ml Bs. 102 Agregar

REDACTAR EL SLOGAN:



Al mencionar este slogan se siente una inmediata sensación de energía y vitalidad. La frase sugiere que la bebida ofrece una experiencia intensa y sorprendente, llena de sabor en cada trago. Invoca imágenes de una refrescante explosión que despierta los sentidos y proporciona una gratificante y memorable experiencia de sabor. La simplicidad y contundencia del eslogan generan curiosidad y entusiasmo por descubrir la intensidad y frescura.

4.1.2 MANUAL DE MARCA

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

- Descripción del logotipo:

El diseño del logo de la empresa SPARKSPLASH utiliza el icónico color rojo como elemento principal, simbolizando la energía y vitalidad que la bebida promete.

La forma distintiva de la botella, con sus curvas elegantes y ergonómicas, representa la autenticidad y tradición de la marca. Este diseño no solo destaca visualmente en los estantes, sino que también refuerza la calidad y confiabilidad que los consumidores aseguran una mayor lealtad y preferencia hacia la marca.



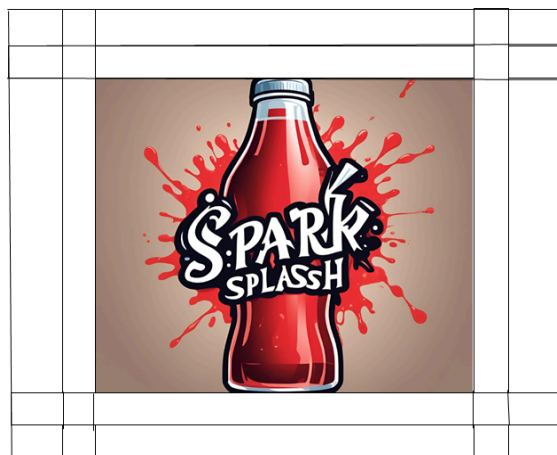
- Explicar la grilla de construcción:

La grilla de construcción para sparkplash nos muestra la composición estratégica como unidad de medida para la implementación correcta de cada elemento, asegurando una aplicación coherente y efectiva que refuerzan la identidad de la marca y su liderazgo en el mercado.



- Explicar el área de protección:

Es el espacio permitido para proteger cada uno de los elementos que componen la marca debe ser proporcional a las medidas mínimas que tiene la tipografía en cualquiera de sus aplicaciones.



- Explicar las reducciones permitidas:

Las reducciones permitidas en un logo se refieren a la capacidad del diseño de mantener su claridad, legibilidad y reconocimiento cuando se reduce a tamaños más pequeños, como en tarjetas de presentación, sitios web o redes sociales. Esto implica asegurarse de que los elementos del logo, como el texto y los gráficos, sean lo suficientemente grandes y simples para ser percibidos fácilmente incluso en tamaños diminutos.

(5,75 x 6,87)



(4,5 x 5,38)



(3,15 x 3,77)



ELEMENTOS DE MARCA

- Describir la tipografía

La tipografía de un logo es una parte fundamental de su identidad visual. Describe el estilo, forma y apariencia del texto utilizado en el diseño.

1. **Peso y Grosor:** Indica si la tipografía es delgada, regular, negrita, o algún otro peso específico. Esto afecta la percepción de la solidez y presencia del logo.
2. **Altura de la x y Proporciones:** La altura de la "x" se refiere a la altura de las letras minúsculas en relación con la altura total de las mayúsculas. Las proporciones entre las letras también son importantes para la legibilidad y la estética general del texto.
3. **Estilo único o personalizado:** Algunos logos utilizan tipografías estándar, mientras que otros pueden incorporar una tipografía personalizada o diseñada a medida para reflejar la singularidad de la marca.
4. **Coherencia con la marca:** La tipografía del logo debe estar en línea con la identidad de la marca y comunicar sus valores, tono y personalidad de manera efectiva.

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀÁ
abcdefghijklmnpq
rstuvwxyzàáé&123
4567890(\$£€.,!?)**

62

Fuente slogan (Handelson two)

Bookman Bold Italic Swash B-304

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

UVWXYZ 1234567890

AA ABCDEFGHIJKK

LM MN NN PRRR S S T

U V W X Y G G &

h k n s r w y

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

Fuente logo (Sebastián Text Pro Bold Italic)

- Describir paleta de colores:

El color rojo es un color poderoso y versátil

- Pasión y Energía: El rojo es un color asociado con la pasión, el amor y la emoción. En un logo, puede transmitir una sensación de entusiasmo, energía y vitalidad.
- Fuerza y Determinación: El rojo también puede evocar una sensación de fuerza, poder y determinación. Es un color que captura la atención y comunica confianza y liderazgo.
- Calidez y Calidez: En ciertos contextos, el rojo puede transmitir una sensación de calidez y comodidad, especialmente cuando se utiliza en tonos más suaves o en combinación con otros colores.

C0 M90 Y90 K30

Slogan: FUENTE (handelson two)

HEX

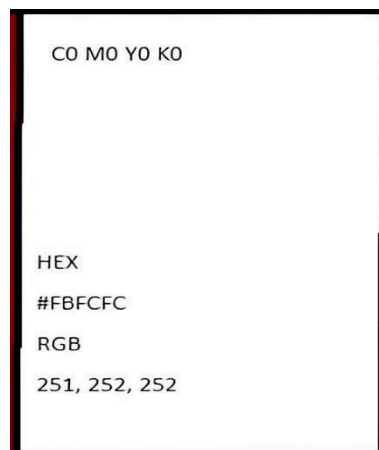
#C0392B

RGB

192, 57, 43

El color blanco puede tener varias connotaciones como :

- Pureza y simplicidad: El blanco es a menudo asociado con la pureza y la simplicidad. En un logo, puede transmitir una sensación de limpieza y frescura, lo que sugiere transparencia y honestidad en la marca.
- Neutralidad y versatilidad: El blanco es un color neutral que puede complementar y resaltar otros colores. En un logo, puede servir como un fondo limpio que permite que otros elementos del diseño se destaquen. Esta versatilidad lo hace útil en una variedad de aplicaciones y contextos.
- Elegancia y sofisticación: El blanco también puede evocar una sensación de elegancia y sofisticación, especialmente cuando se combina con diseños simples y minimalistas. En ciertos contextos, el blanco puede sugerir un enfoque premium o de alta gama.



El color negro en un logo puede transmitir:

- Elegancia y Sofisticación: El negro es a menudo asociado con la elegancia, el lujo y la sofisticación. En un logo, puede agregar un toque de clase y refinamiento, especialmente cuando se combina con tipografías y elementos gráficos adecuados.
- Seriedad y Autoridad: El negro es un color sólido y fuerte que puede evocar una sensación de seriedad y autoridad. En el contexto empresarial, un logo con negro puede comunicar profesionalismo, confianza y liderazgo.
- Clasicismo y Tradición: El negro es un color atemporal que puede evocar una sensación de clasicismo y tradición. En ciertos sectores, como la moda, la joyería o los servicios financieros, el negro puede ser una elección común para transmitir un sentido de herencia y legado.



- Describir aplicaciones de la marca

Blanco y negro



Escala en grises



Escala en bajo tono



- Explicar los usos no permitidos de la marca

Los usos no permitidos de un logo son acciones que pueden dañar la integridad de la marca y su imagen. Esto incluye:

1. Alteración del diseño original.
2. Modificación de colores o proporciones.
3. Uso en asociación con contenido.
4. Uso en competencia directa con la marca.
5. Utilización en materiales de baja calidad o poco profesionales.



4.1.3 LA IMAGEN CORPORATIVA

Packaging:



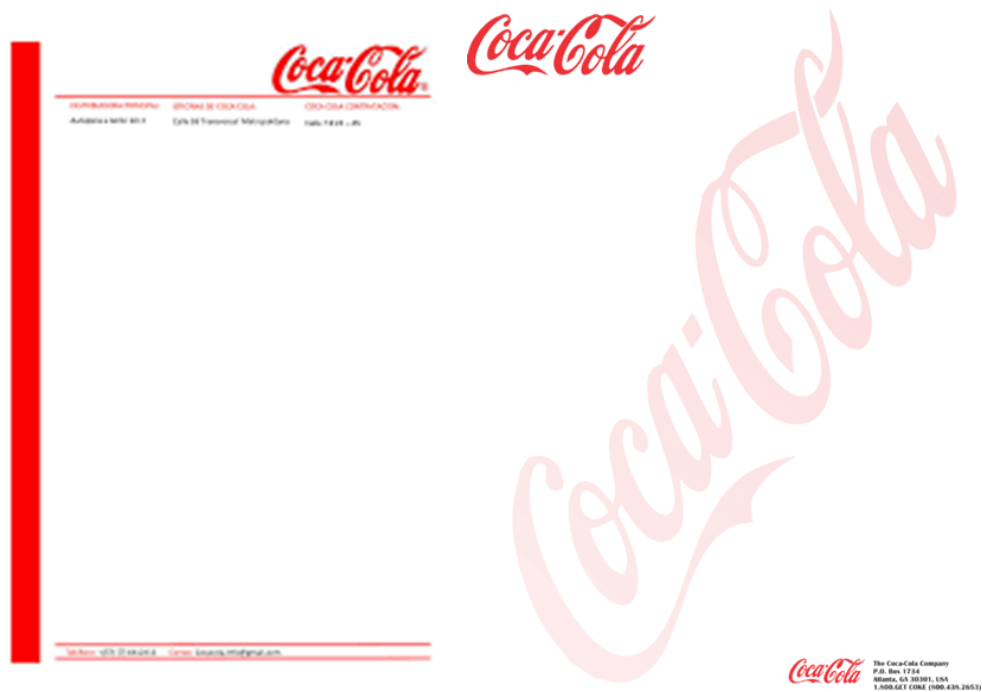


Papelería

- Tarjetas



- Hojas membretadas



- Folder

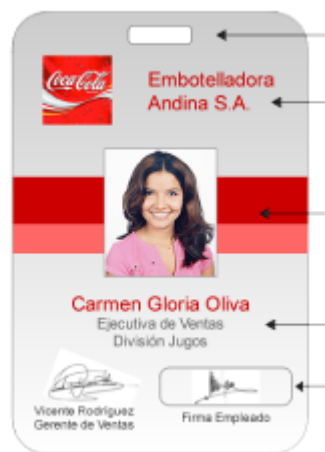


- Facturas



Ropa corporativa

- Credenciales para personal



- Ropa para personal administrativo



- Ropa para el personal de producción



- Ropa de indumentaria para los cargadores



- Ropa para los repartidores



- Ropa para los vendedores y promotores de venta



Vehículo corporativo

- Camión



- Miniban



- Autos promocionadores



4.2 ESTRATEGIA DE MATERIAL PUBLICITARIO

4.2.1 DESARROLLO DE MATERIAL PUBLICITARIO

Impreso

- Flyer



SIENTE LA EXPLOSIÓN DE SABOR

COMPRA 2 X 1

Válido solo en el establecimiento hasta
el 01/05

Visitanos

Calle SOPOCACHI, #234



- Afiche



POP

- Afiche de precio



- Marca precio



- Colgante



Merchandising

- Llaveros





- Calendario de pared





- Tomatodos premium





- Cuadernos





CUADERNO

MICOCA-COLA.CL

- Stickers



- Peluches



4.3 ESTRATEGIA DE APLICACIONES DIGITALES

4.3.1 Aplicaciones digitales

Gmail

- Foto de perfil (logo de la marca) .¿
- Pie de firma (nombre, cargo, nombre de la empresa, contacto)
- Drive (Carpeta)
<https://drive.google.com/drive/my-drive>

Facebook

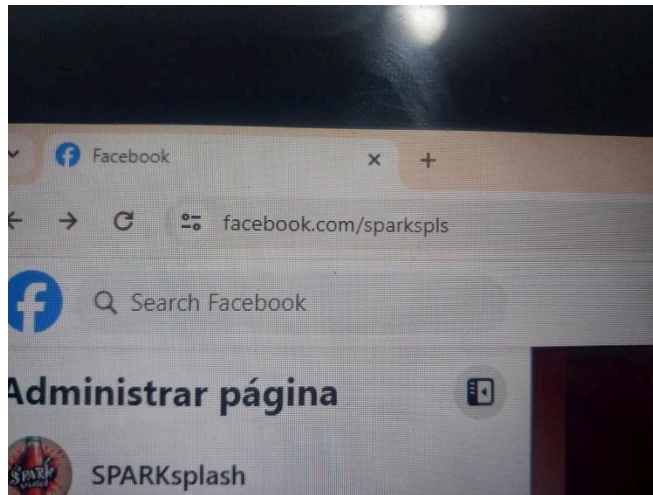
Perfil

- Foto de perfil (Color principal)
- Foto de portada (tres colores RGB, CMYK + fuentes)
- Publicación del link de la página de la marca (pagina empresarial)

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61559700219548>

Página de la marca (página empresarial)

- Link de la página de Facebook (el link debe ser modificado para minimizar su tamaño)



- Presentación (¿Qué se dedica?, ¿Qué haces?, ¿Cómo lo haces?)



- Foto de perfil (logo de la marca)



- Foto de portada (imagen con IA con el eslogan de la marca)



Publicaciones

- Link del video de YouTube (video de generaciones)



- Presentación de marca



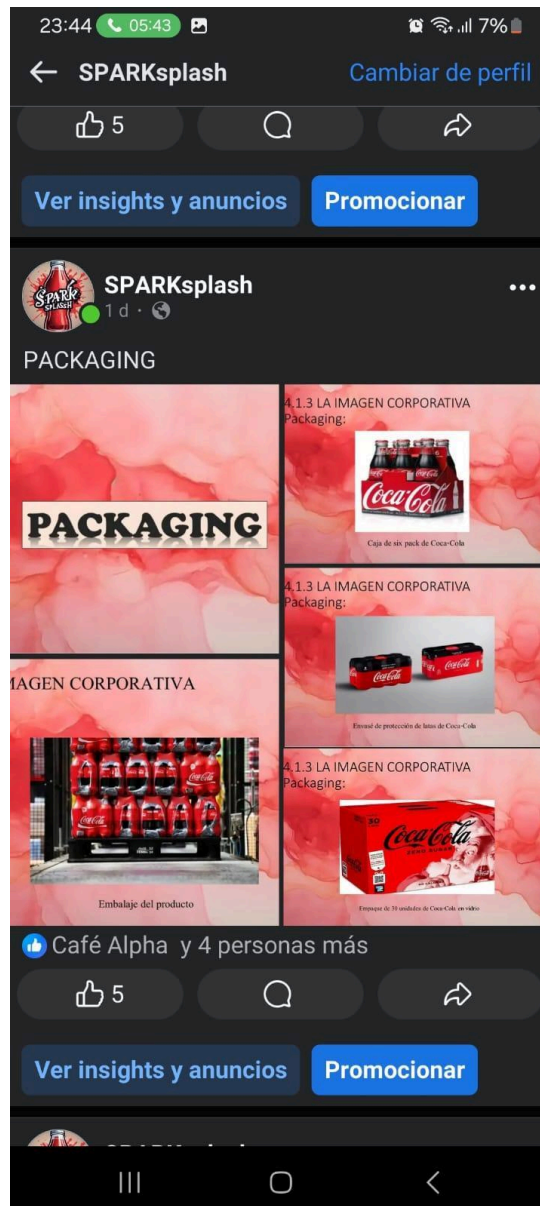
- Construcción de marca



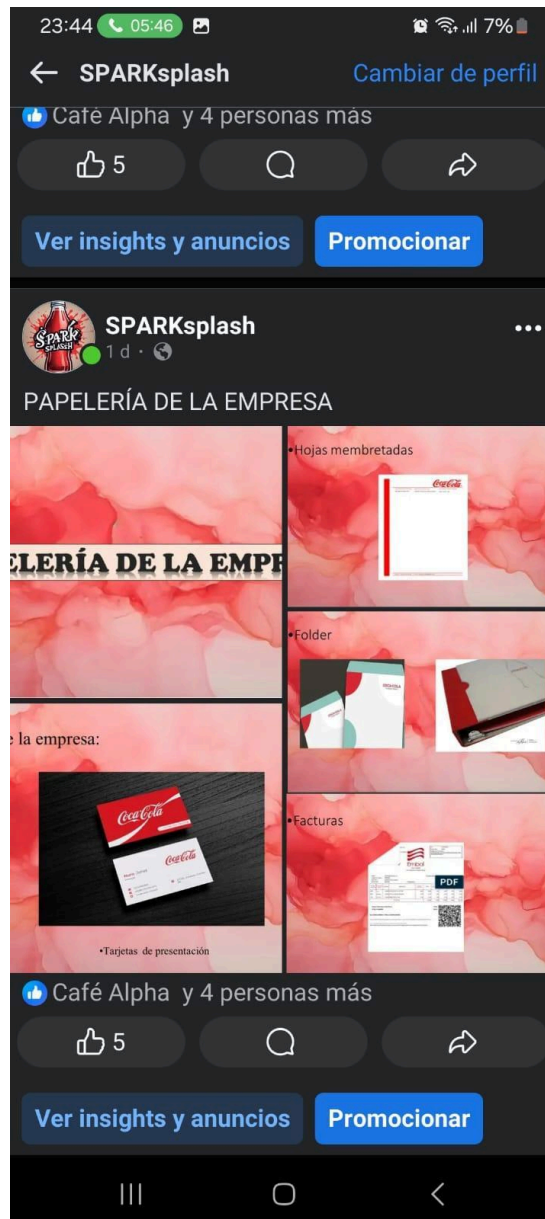
- Elementos de marca



- Packaging



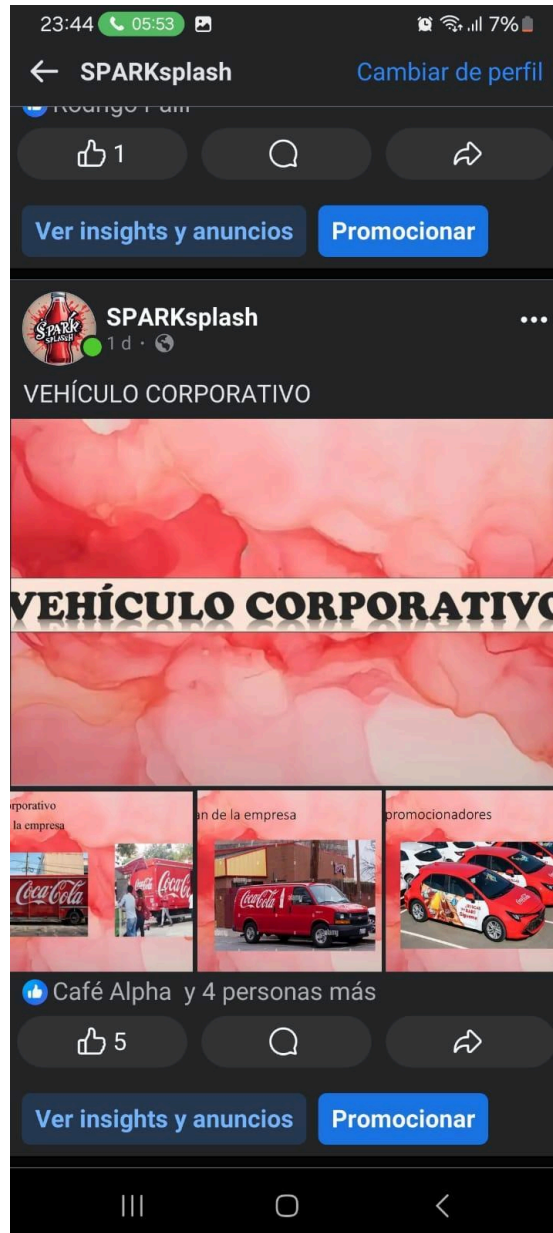
- Papelería de la empresa



- Ropa corporativa



- Vehículo corporativo



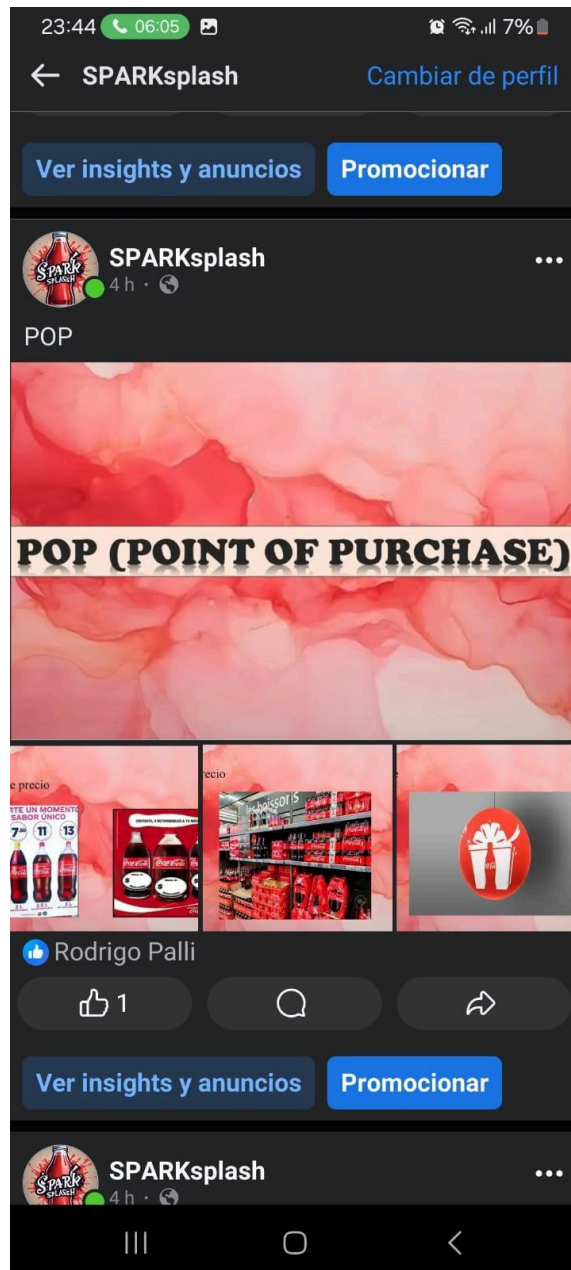
- Flyer (Facebook + instagram)



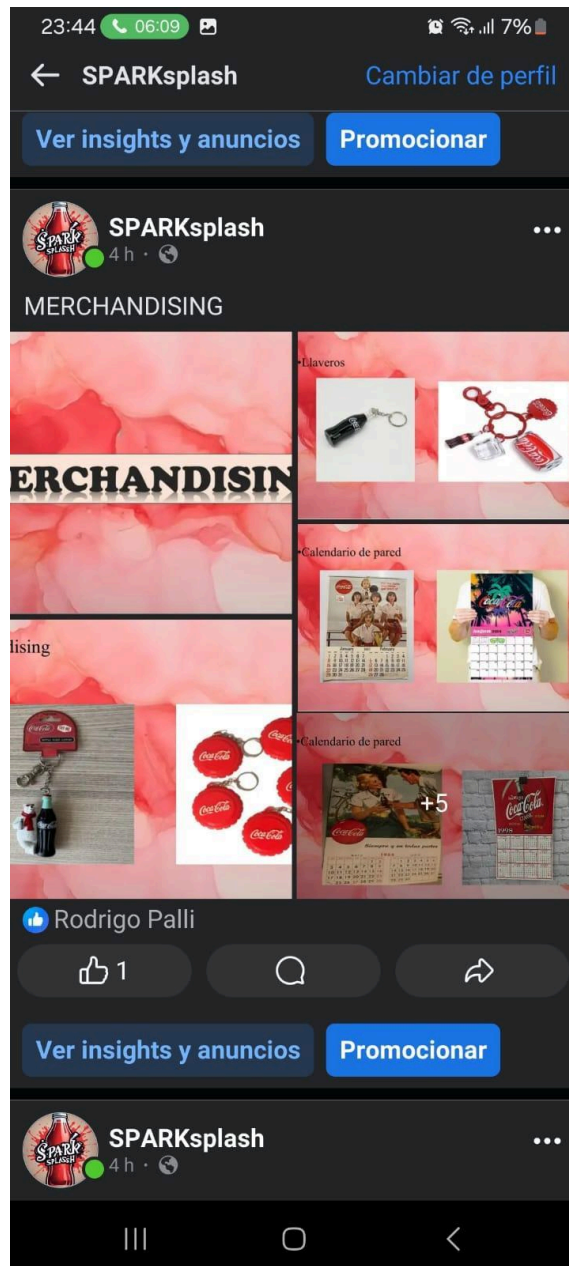
- Afiche (Facebook + instagram)



- Pop (Facebook + instagram)



- Merchandising (Facebook + instagram)



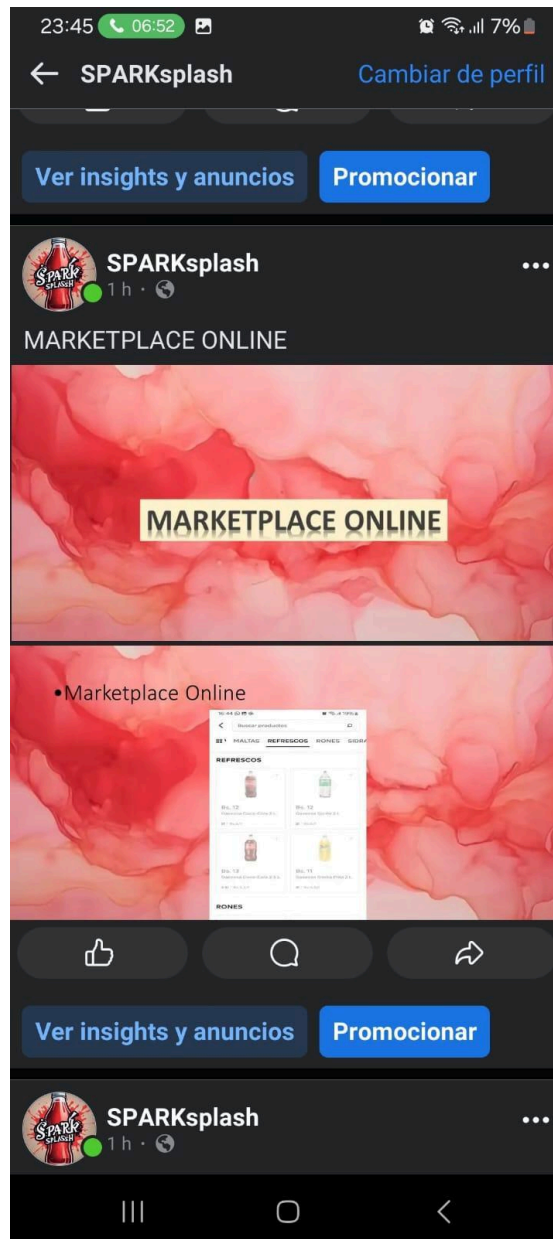
- Video del influencer de la marca (tik tok + Reels)



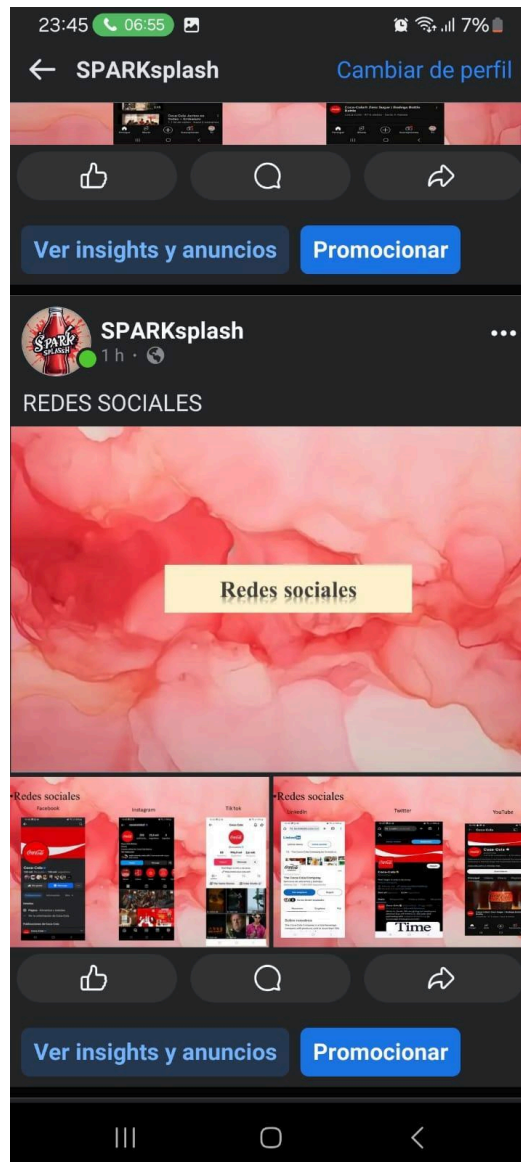
- Venta directa



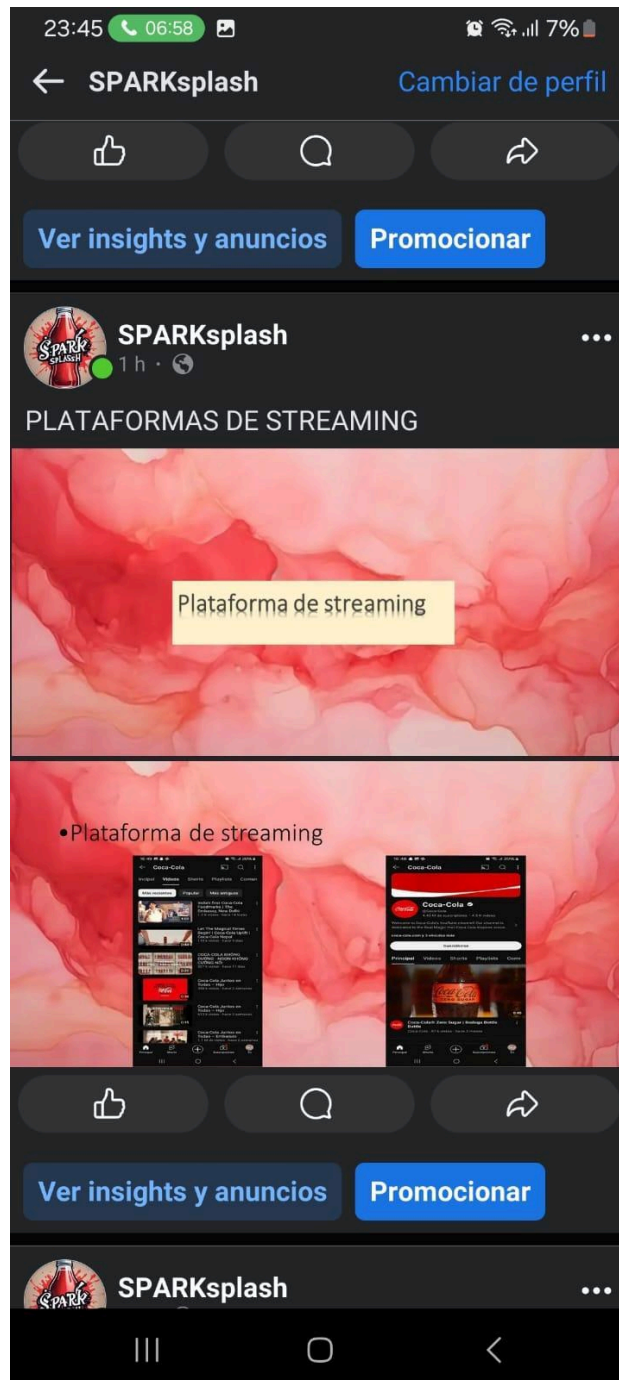
- Marketplace Online



- Redes sociales



- Plataforma de streaming



-
- Plataformas de distribución de software y aplicación



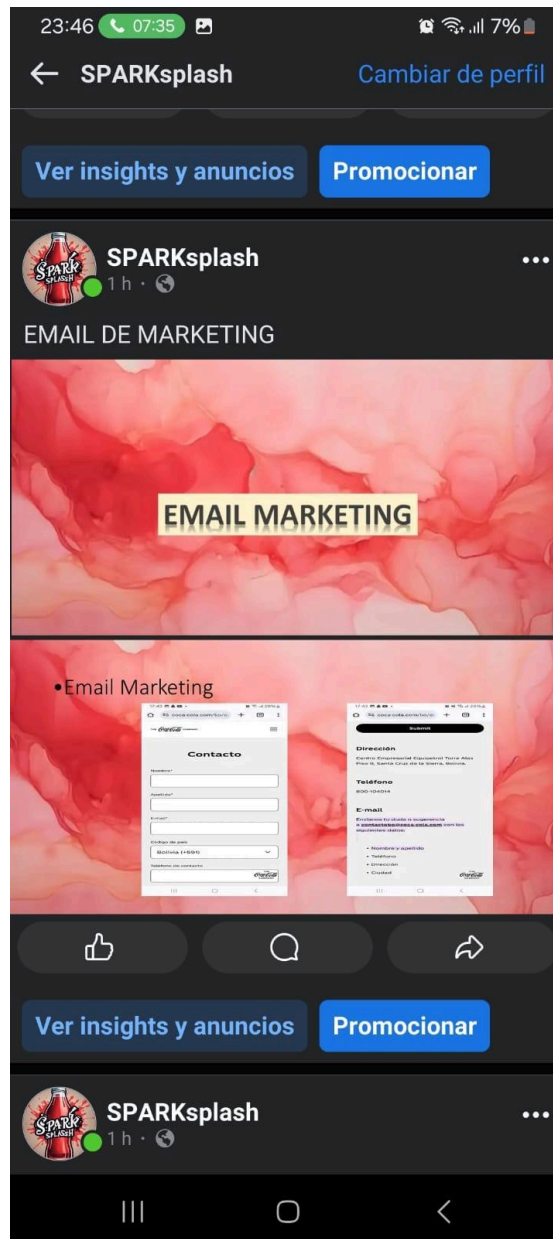
- Marketing de contenido



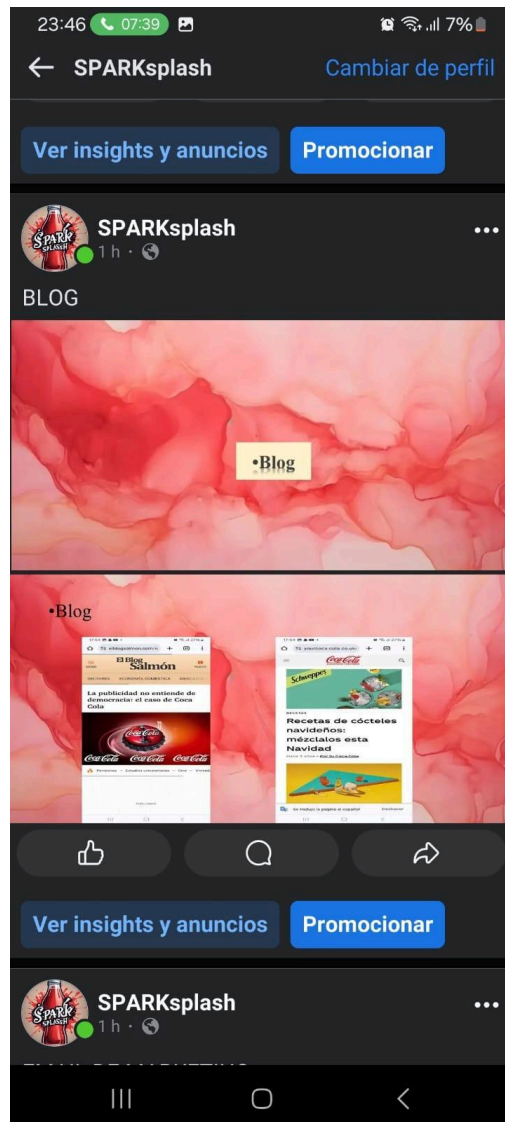
- Marketing de influencers



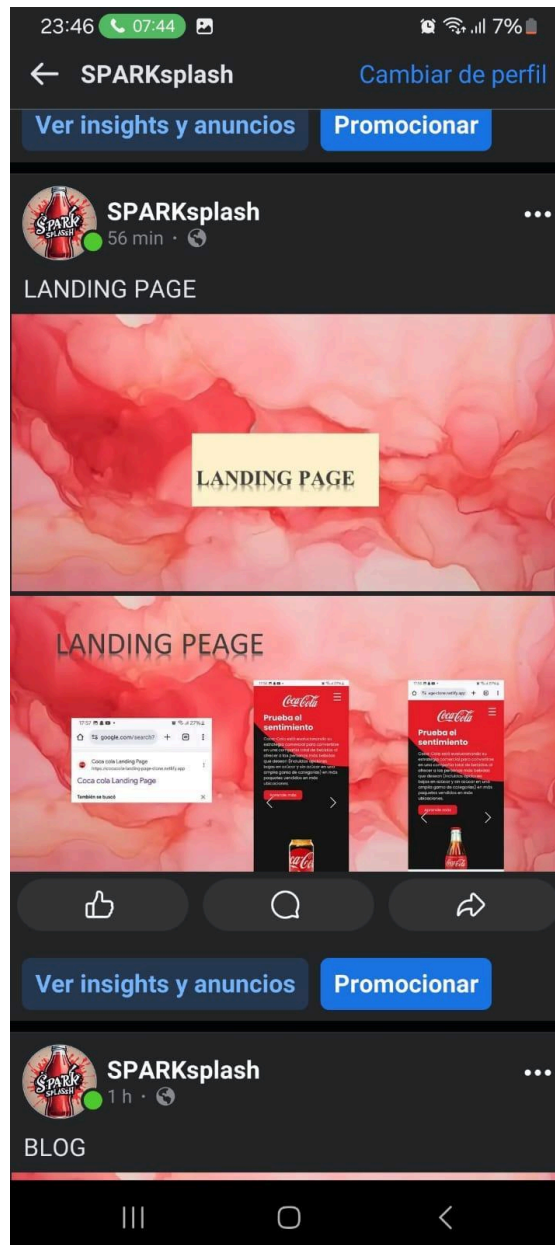
- Email Marketing



- Blog



- Landing page



- Realidad Aumentada



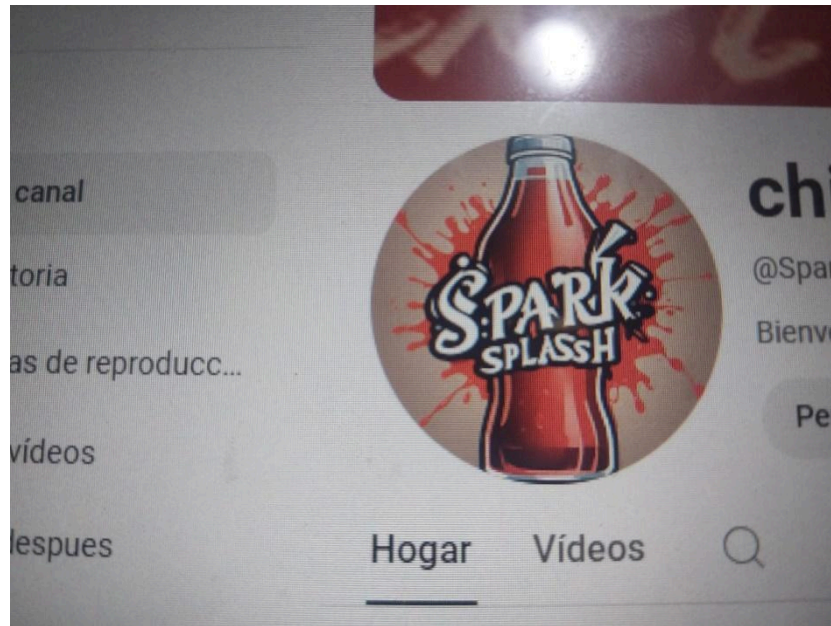
- Maquetado (Mapa del sitio) – (Facebook)



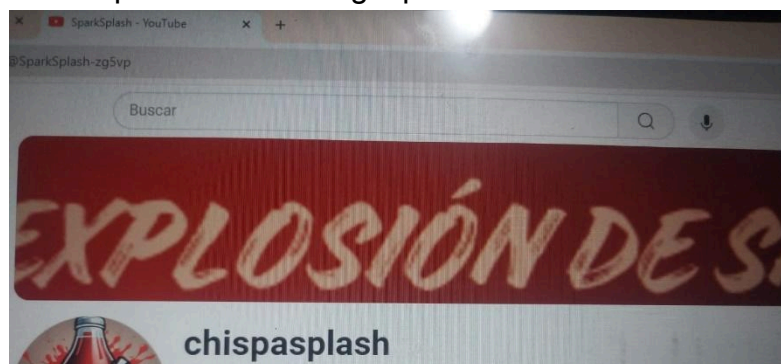
Inbound marketing (crear tres marcos: atraer, deleitar y interactuar. Los marcos deben ser de los 3 colores del logo respectivamente y cada cuadro debe tener imágenes)

YouTube

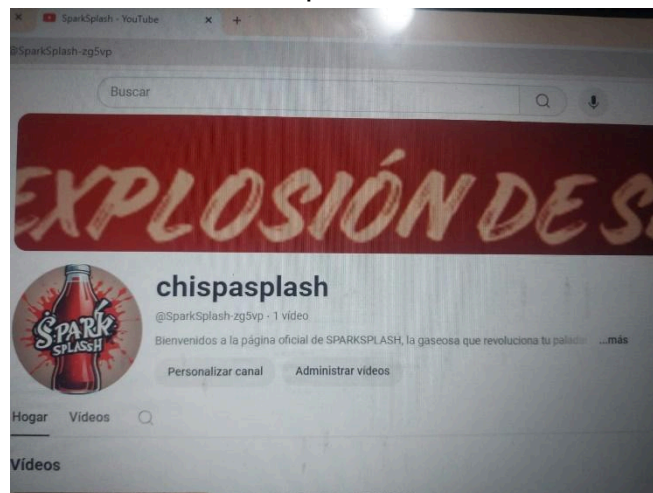
- Foto de perfil



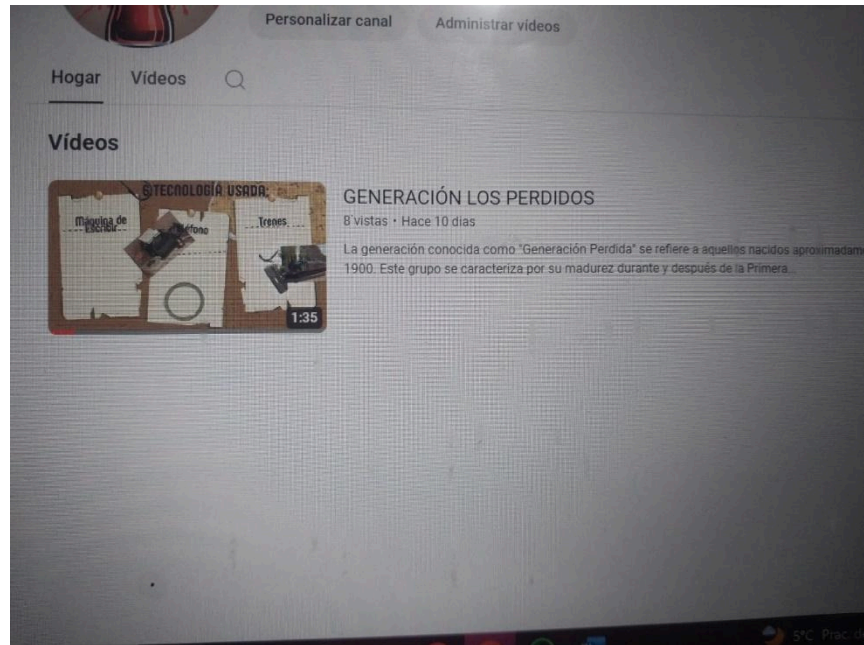
- Foto de portada con el logotipo



- Información de la empresa



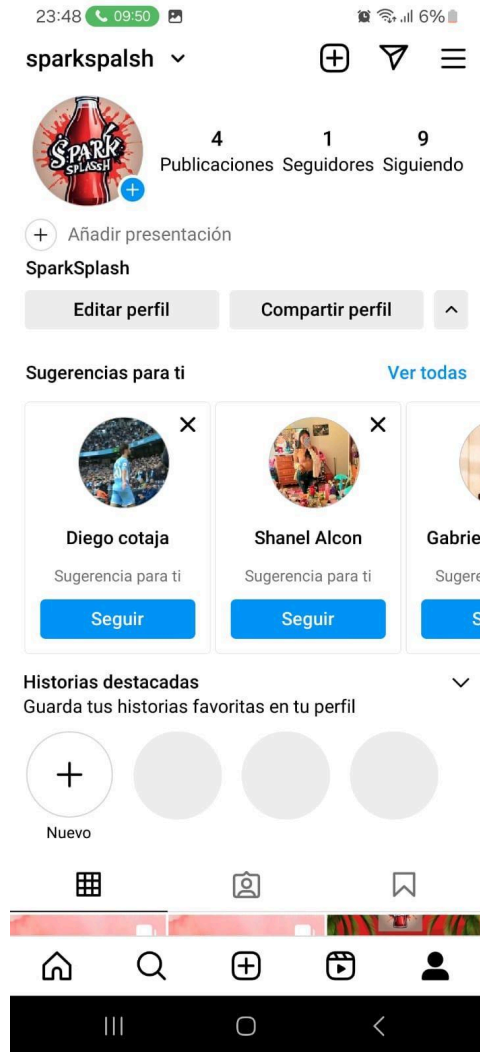
- Video de las generaciones



- Video del diseño de campaña (modificar la imagen de la miniatura del video)

Instagram

- Logo de la marca en la foto de perfil



• Flyer

← Publicaciones



sparkspalsh



1 Me gusta
sparkspalsh Flyer

Hace 4 horas · Ver traducción



• Afiche

← Publicaciones



sparkspalsh



sparkspalsh AFICHE

Hace 4 horas



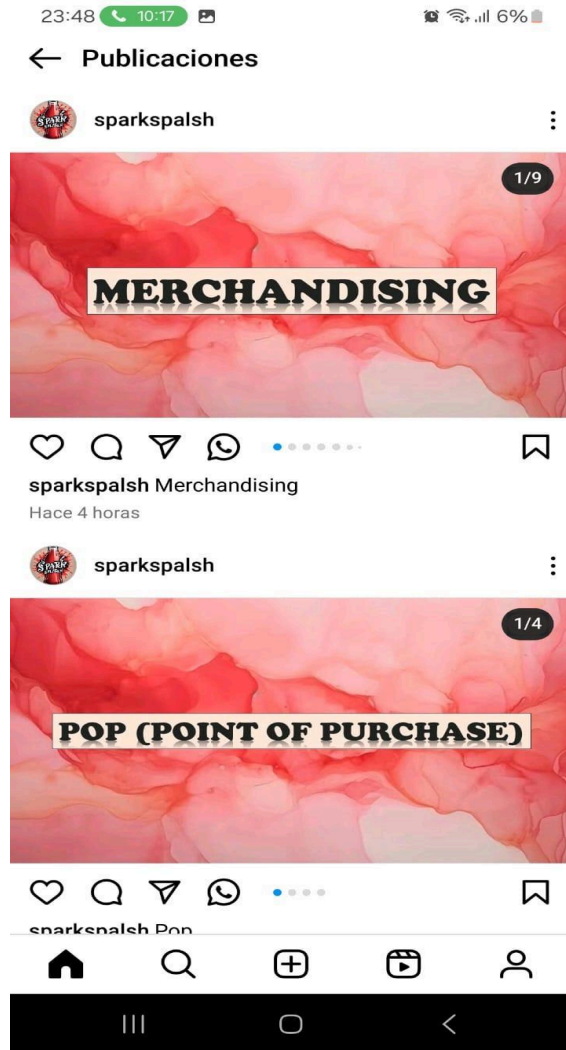
sparkspalsh



• POP



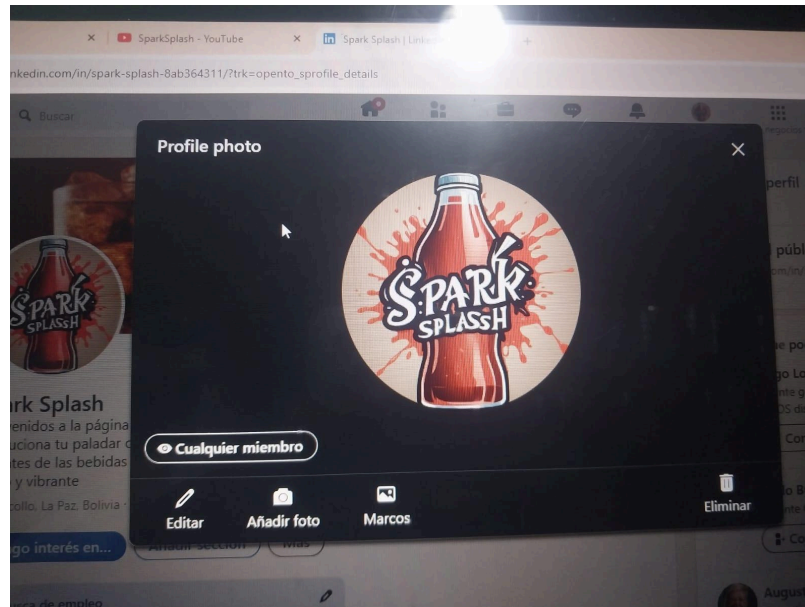
- Merchandising



Inbound marketing (crear tres marcos: atraer, deleitar y interactuar. Los marcos deben ser de los 3 colores del logo respectivamente y cada cuadro debe tener imágenes)

LinkedIn

- Foto de perfil



- Foto de portada (con el eslogan)



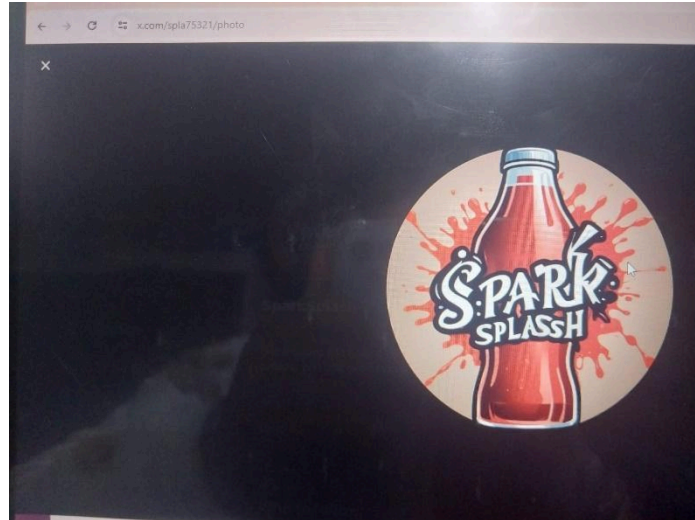
- Nombre de la empresa
- Información de la empresa

Publicación

- atraer

X (Twitter)

- Foto de perfil (logo)



- Foto de portada (con el logotipo)
- Información de la empresa



Publicación

- atraer

Tik Tok

- Foto de perfil (logo de la marca)
- Eslogan (en el primer mensaje)
- Video de un influencer de la marca
- Video de interacción (Personal)
- Video de deleitar (Personal)

https://www.tiktok.com/@sparksplash2?is_from_webapp=1&sender_device=pc

4.4 ESTRATEGIA DE PÁGINA WEB

4.4.1 Maquetado (Mapa del sitio) – (Facebook)

Maquetado (Mapa del sitio)

