



Manual de Identidad

Trabajo de grado presentado como requisito para
optar al título de Branding y Comunicación Estratégica

Asesor: Camilo Rios

Autor: Juan Esteban Ballesteros Cruz

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES HUMANIDADES Y TEOLOGÍA
ESPECIALIZACIÓN EN BRANDING Y COMUNICACION ESTRATEGICA
MANIZALES
2022

Introducción

El presente trabajo responde al requisito de grado para la especialización en Branding y Comunicación estratégica de la Universidad Católica de Manizales.

A continuación, se realizará la construcción de identidad de marca para el emprendimiento Eureka, el cual es una marca de educación especializada.

Eureka nace el año 2021, con el propósito de entender las falencias educativas que repercuten en los estudiantes de colegio y poder crear una forma de enseñar adecuada a estos cambios que nos impuso la pandemia.

Desarrollar y fortalecer procesos de pensamiento crítico, a partir de diferentes aprendizajes y metodologías que le permitan al estudiante la solución de problemas, para una adecuada comprensión de los diferentes fenómenos individuales y sociales que se presentan a lo largo de las diferentes etapas de su desarrollo mental y físico.

Misión



Visión

Ser una institución reconocida gracias al éxito y efectividad de nuestra metodología, aportando conocimientos innovadores en el campo de la educación y formando mejores y exitosos seres humanos a nivel integral.

Valores

Transparencia

Enseñar

Educar

**Personalidad de
marca**

Sincera
Eficaz
Confiable
Autentica

Asociación de marca

Somos una marca que se preocupa por los estudiantes y futuros profesionales de nuestro país para que puedan superar las falencias que quedaron de los cambios que nos impuso la pandemia en el aspecto académico.

Nos interesa entender cada una de las falencias que tienen los estudiantes y ayudarlos a superarlas es nuestro propósito, aplicando diferentes áreas del conocimiento a través de profesionales especializados en áreas importantes diferentes a las tradicionales para hacer efectiva la mejora de los resultados escolares.

Beneficios Funcionales

- Educación especializada
- Experiencia de aprendizaje
- Acompañamiento completo

Beneficios Emotivos

Desarrollar y fortalecer procesos de pensamiento crítico a partir de diferentes aprendizajes y metodologías que le permitan al estudiante la solución de problemas para una adecuada comprensión de los diferentes fenómenos individuales y sociales que se presentan a lo largo de las diferentes etapas de desarrollo mental y físico

Propocision de valor

Acompañar a los estudiantes en su proceso de formación académica, comprendiendo y superando juntos los obstáculos que se presentan en la vida cotidiana, a partir del contacto directo con los clientes mediante tutorías y asesorías que permitirán esclarecer estos rasgos que generan dificultad a la hora de recibir los conocimientos acompañando a mejorar día a día.

Camila Benjumea
35 años



Madre cabeza de hogar

Características demográficas

Camila esta casada hace más 5 años, con un ejecutivo de una empresa muy importante de la ciudad de Bogotá, tiene 2 hijos, actualmente en el colegio en distintos grados escolares.

Tiene un emprendimiento de bisutería que maneja de forma virtual.

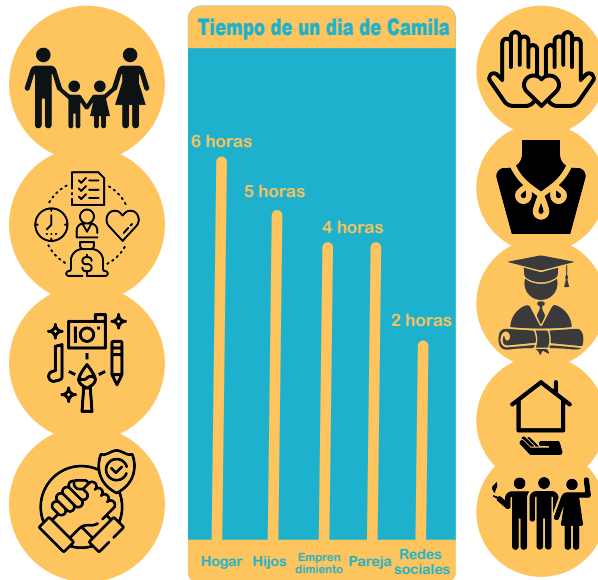
Es una apasionada por el arte abstracto y contemporáneo, además su hobby favorito es el cine y el teatro.

Es una persona que suele expresarse en su entorno familiar, su mejor amigo es su esposo y su apoyo incondicional es su madre.

Buyer persona

Hola, me llamo Camila

Una apasionada por la vida y el arte en sus diferentes expresiones, me gusta pasar tiempo de calidad con mis hijos y mi esposo, disfruto de un buen café con buena compañía, me gustan las personas sinceras y originales que se caractericen por su forma de ser.



Momento / escenario

Momento de transición de la virtualidad a la presencialidad, donde la vida está volviendo un poco a la normalidad, pero afrontar la vuelta a lo cotidiano ha traído obstáculos.

En el hogar, en compañía de su familia.

Haciendo deporte cerca a su casa, pasando tiempo de calidad con sus hijos.

Características demográficas

Su principal necesidad es el bien estar de su familia y de su hogar.







Su emprendimiento que construyo con pasión y ya tiene un reconocimiento en la ciudad.

La motiva brindarle una buena educación a sus hijos, y premiarlos por sus logros.

Mejorar sus posesiones como su casa y su carro.

Su frustración principal es el tiempo que no le puede brindar a su familia no nuclear (Abuelos, hermanos y primos)

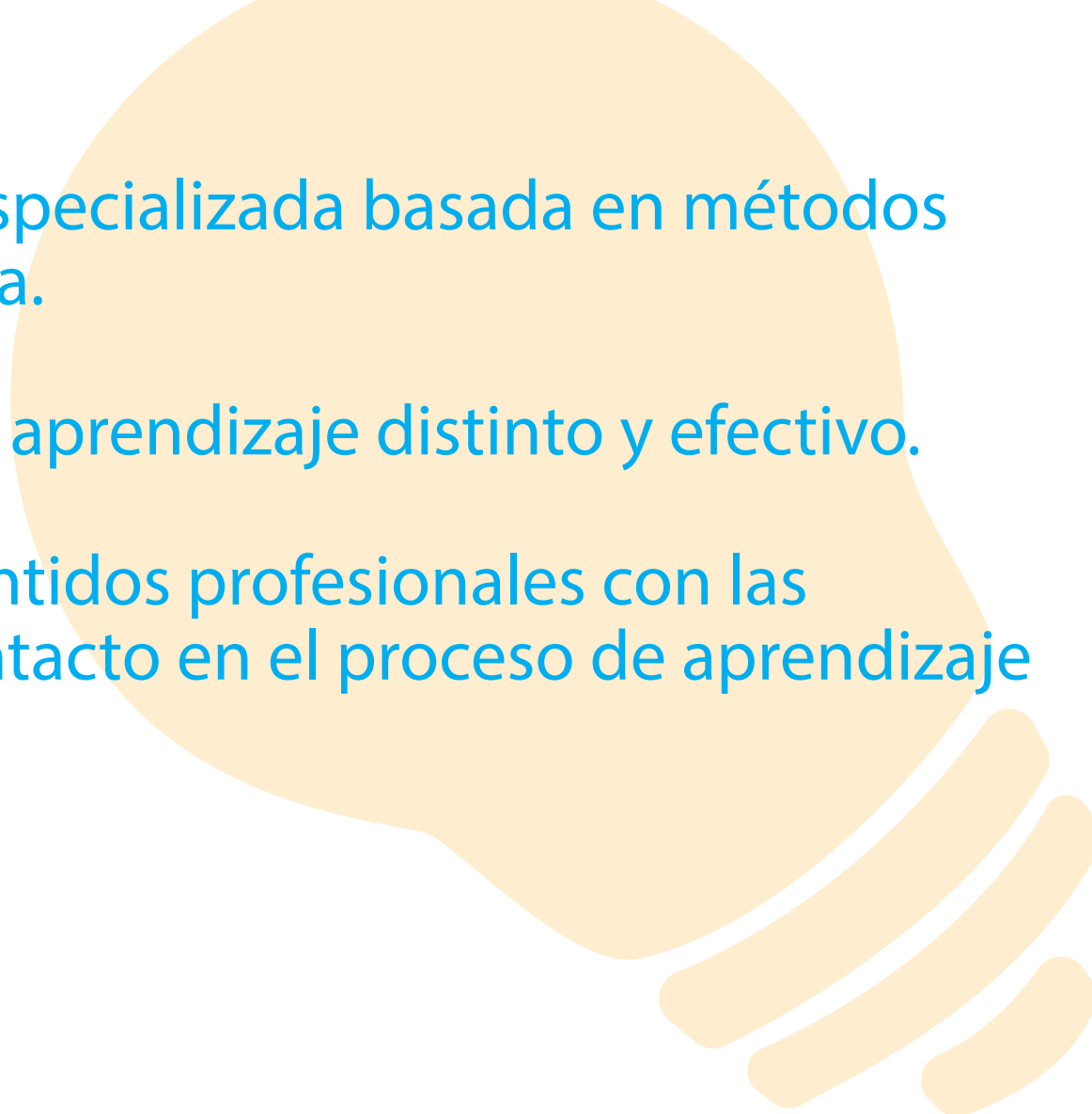
Mapa consumidor

 Momento	Búsqueda de asesorías académicas	Servicio	Re contratación
Expectativa 	Encontrar a Eureka en redes sociales.	Profesores capacitados.	Buscar contacto de Eureka en su celular.
Experiencia 	Atención rápida y eficiente.	Primer contacto con padres para saber falencias por mejorar.	Atención rápida y eficiente.
Emoción 	Quedó satisfecho por la información brindada.	Emoción por la mejora en los resultados.	Quedó satisfecho por la información brindada.
Canales 	Redes sociales Voz a voz.	Voz a voz.	Redes sociales.
Oportunidad 	Generar fidelización y recomendación.	Generar fidelización.	Generar fidelización.

Análisis de la competencia

En el mercado de la educación de refuerzos, están enfocados en ser un complemento de las instituciones educativas, enseñando y reforzando de forma tradicional los conocimientos que se brindan en las mismas instituciones.

En Eureka nos diferencia de la competencia los profesionales que hacen parte de nuestro equipo de trabajo y los métodos innovadores que ponemos en práctica a la hora de llevar a cabo nuestro proceso de refuerzo, como metodologías elaboradas por nuestros profesores, perfiles educativos distintos a los tradicionales y estrategias de aprendizaje.

- 
- Ofrecer una educación especializada basada en métodos innovadores de enseñanza.
 - Crear una experiencia de aprendizaje distinto y efectivo.
 - Conectar en todos los sentidos profesionales con las personas que se tiene contacto en el proceso de aprendizaje

Atributos

Elaboración de la identidad



Reducción Mínima



El tamaño mínimo del logo debe ser de 40 mm de largo, guardando la proporción, para que se mantenga la visualización clara de todos los elementos.

APLICACIÓN DE COLOR AL LOGOTIPO



Positivo



Negativo



Usos permitidos



Usos incorrectos



Identidad Cromática

C:72% M:8% Y:16% K:0%
R:33 G:174 B:207
#21AECF

C:0% M:25% Y:73% K:0%
R:253 G:199 B:87
#FDC757

C:67% M:82% Y:0% K:0%
R:115 G:68 B:148
#734494

C:0% M:0% Y:0% K:0%
R:255 G:255 B:255
#FFFFFF

Tipografia

IMPACT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

A large, light blue graphic of a lightbulb is positioned on the left side of the slide. The bulb part is a large circle, and the base is represented by several curved lines of varying lengths, suggesting a screw-in base. The word 'Comunicacion' is written in a bold, blue, sans-serif font across the middle of the bulb.

Comunicacion

Queremos dar a conocer la marca y las estrategias innovadora que tenemos con nuestro equipo de trabajo, a través de diferentes medios de difusión para generar en los consumidores una recordación de marca,.

- Pop
- Branding
- Pagina web
- redes sociales

Relaciones públicas

La tendencia de los refuerzos académicos cada vez se encuentran más en auge ya que los estudiantes suelen pasar por diferentes tipos de cambios, estilo de vida y dificultades que dejaron la pandemia, Eureka responde a estas necesidades mediante estrategias innovadoras y distintas que permiten entender más a fondo a los jóvenes, brindándoles herramientas que les ayudaran a liberar su mente y adaptarse a estas épocas de oportunidades, acompañándolos en su proceso completo y siendo el partner perfecto para sus sesiones de estudio.

Comunicacion interna

Para Eureka los colaboradores son el valor más importante, por esta razón queremos que ellos estén en constante aprendizaje, adquiriendo conocimientos que se alineen con las necesidades de los jóvenes, adquiriendo conocimiento en cuanto a tendencias de aprendizaje, que entiendan que no estamos tratando con los mismos jóvenes a los que estábamos acostumbrados a enseñar y que puedan comprender todas las posibilidades que brindan los cambios, que no los vean como un problema, sino como un potencializado de nuevas aventuras por vivir.

Promociones



Contamos con 2 tipos de promociones que nos aseguran cierta fidelidad con nuestros clientes:

- 1: Por la contratación de la primera clase, obtiene un descuento del 50 % en la segunda sesión, con exactamente los mismos beneficios y efectividad de la primera sesión.
- 2: Por la 5 contratación obtendrás una sesión totalmente gratis con valoración y avances, además una terapia de relajación mental con uno de nuestros profesores especializados en esta área del conocimiento.

Culturas corporativas basadas en la marca

En Eureka la cultura corporativa se define en:

La calidad de nuestros refuerzos a un precio justo con respecto a esta categoría en el mercado

Trabajo en equipo y buena comunicación interna.

Servicio al cliente, ágil y respetuoso.

Medidas sobre inversión y desempeño corporativo

- Talento Humano:

Atención al cliente, Transporte, Financiero, Publicista y diseñador.

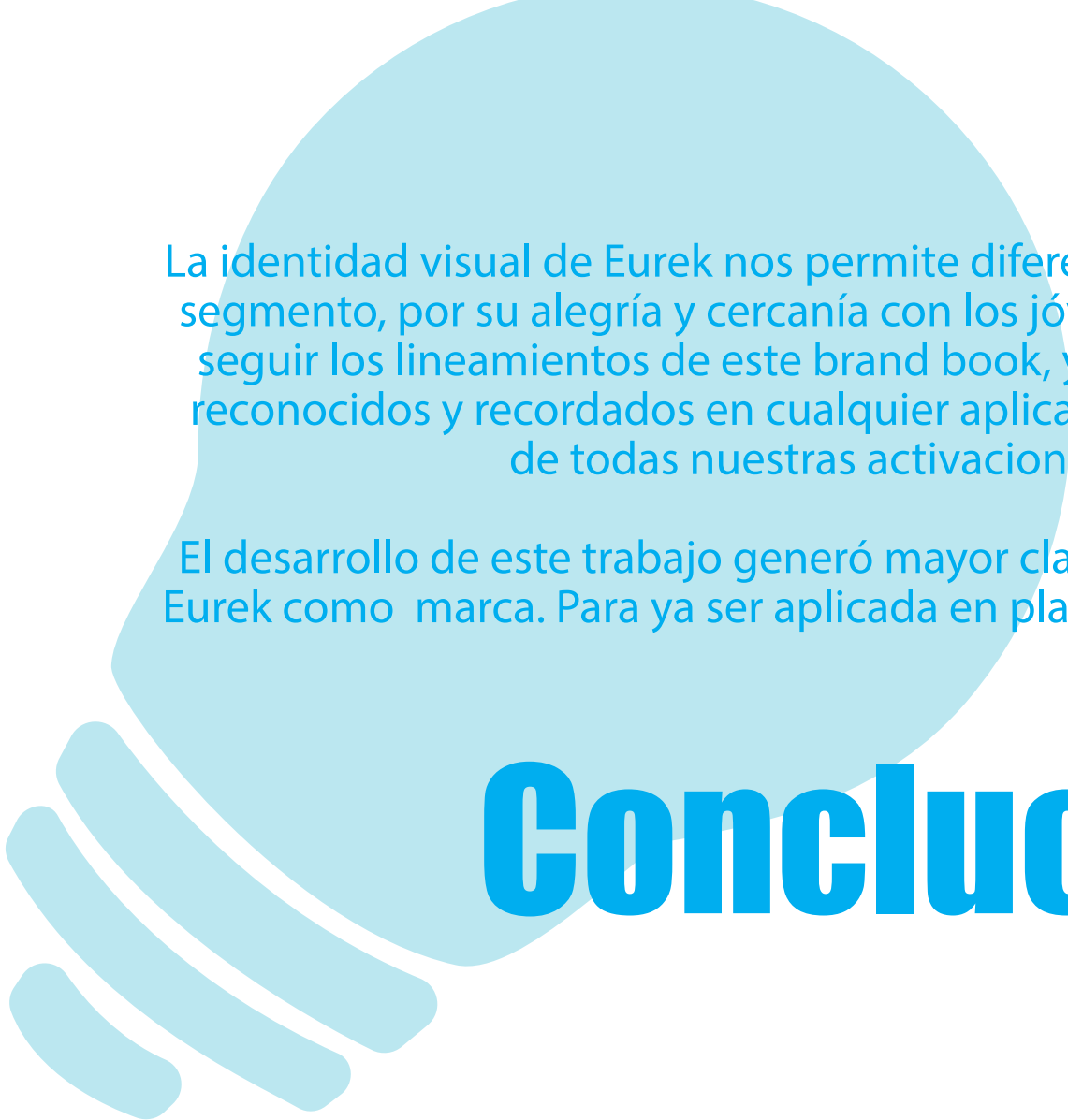
- Socios claves:

Maestros especializados, Colegios e instituciones educativas

- Canales de distribución:

Medios digitales: página web, redes sociales y Foros de interés.

Físicos: Pop.



La identidad visual de Eureka nos permite diferenciarnos de las demás marcas de este segmento, por su alegría y cercanía con los jóvenes, por eso es de vital importancia seguir los lineamientos de este brand book, ya que nos permitirá ser visualmente reconocidos y recordados en cualquier aplicación o presencia de la marca a través de todas nuestras activaciones y comunicaciones.

El desarrollo de este trabajo generó mayor claridad en la idea que se pretendía para Eureka como marca. Para ya ser aplicada en plataformas digitales y pauta publicitaria.

Conclusiones



GRACIAS