

Creació d'una Imatge Corporativa

Description

1. Definició de l'Objectiu i Identificació de la Marca

El primer pas per a la creació de la imatge corporativa ha estat la definició clara de l'objectiu del projecte. S'ha identificat la marca, els seus valors, la seva missió i el seu públic objectiu. Aquesta fase de planificació ha estat clau per a assegurar que la identitat visual que s'ha desenvolupat sigui coherent amb la identitat de la marca.

2. Recerca i Anàlisi de Mercat

S'ha realitzat una recerca exhaustiva de la competència i del mercat per a identificar les tendències actuals en la imatge corporativa. S'ha realitzat una anàlisi de les fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces (DAFO) de la marca i s'han identificat els elements visuals que millor es adapten als seus valors i al seu públic objectiu.

3. Conceptualització i Creació d'Idees

En aquesta fase, s'ha començat a generar idees i conceptes per a la imatge corporativa. S'han explorat diferents opcions, des de conceptes més tradicionals a opcions més innovadores i s'han creat diferents esbossos i esquemes per a visualitzar les idees. S'ha tingut en compte la tipografia, el color, el logotip, la composició i la coherència visual.

4. Desenvolupament de la Imatge Corporativa

Una vegada seleccionat el concepte, s'ha procedit al desenvolupament de la imatge corporativa. S'han creat diferents versions del logotip, s'ha definit la paleta de colors i s'ha seleccionat la tipografia. S'ha creat un manual d'estil per a garantir la coherència visual en totes les aplicacions de la imatge corporativa.

5. Aplicació de la Imatge Corporativa

S'ha aplicat la imatge corporativa a diferents suports i formats, com ara la papalleria (targetes de visita, sobres, documents), la senyalització, el web i les xarxes socials. S'ha assegurat que la imatge corporativa s'apliqui de manera coherent i que transmeti els valors i la identitat de la marca.

6. Avaluació i Millora

S'ha realitzat una avaluació de la imatge corporativa i s'ha recollit el feedback dels clients i del públic objectiu. S'han identificat les àrees de millora i s'han realitzat les modificacions necessàries per a optimitzar la imatge corporativa i garantir el seu èxit.

Evidèncias

Evidèncias:



Date Created

2026/10/02

Author

prodriguez