Identidad visual 101: Cómo crear un look and feel brillante para tu marca

Crea un lenguaje visual audaz y de marca para tu negocio sin tener que salir de iStock

1266939032, xiaoke chen

iStock by Getty Images™

Índice

Introducción

¿Qué es el lenguaje visual?
Conoce tu marca
Define tus valores
Crea una visión

Selecciona tu estilo
Look + feel
Fotografía
Ilustración

Decidir sobre los detalles
Logos
Lettering
Iconografía

Escoger una paleta
Qué significan los colores
Cuáles elegir
Cómo usarlos

Destaca con...
Patrones + texturas
Vídeos + GIF
Dibujos vectoriales

Resumen

Identidad visual 101: Lista de verificación

Introducción

Una identidad visual potente y cohesionada crea reconocimiento de marca y ayuda a dejar huella, pero también impulsa los resultados comerciales. Según la publicación Forbes, “una presentación consistente de marca en todas las plataformas incrementa los ingresos hasta en un 23%”. Esto significa que es hora de empezar a tomarse muy en serio el diseño y las presentaciones visuales, y no solo en tu sitio web, sino también en las redes sociales, anuncios, publicaciones de blogs y en cualquier otra forma de contenido con la que interactúe tu audiencia.

En el saturado mercado actual, llamar la atención puede resultar complicado. El mensaje visual de una empresa suele ser el primer punto de contacto con el público, y para un reconocimiento de marca óptimo que te desmarque de la competencia, ese mensaje tiene que ser consistente y único.

¿Estás aprovechando al máximo tu contenido visual para dejar huella a primera vista en las comunicaciones de tu marca?

Sigue leyendo para saber cómo hacerlo con la amplia gama de herramientas y recursos de iStock fáciles de usar.

1271945736, graphixel

¿Qué es un lenguaje visual?

Tu lenguaje visual es el resultado de cómo se articulan y unen todos los elementos de diseño de tu marca. Esto incluye a las imágenes, el uso del color, el texto y la tipografía, los elementos gráficos como logos e iconos y, cuando sea el caso, también al packaging.

1149241543, Ridofranz

1166251232, Lyubov Ivanova

1255426201, alvarez

1182872102, NataliaDeriabina

Conoce tu marca

Cuando hablamos con nuestros amigos, nuestra personalidad se transmite al lenguaje y la manera de comunicarnos. Las marcas también tienen personalidad. Si tu marca fuera una persona, ¿cómo la describirías? ¿Audaz e inteligente o encantadora y sofisticada? ¿Íntegra y de confianza o joven y única?

Sea cual sea la combinación, haz un brainstorming para llegar a conclusiones específicas y tener una visión en mente que te sirva para avanzar.

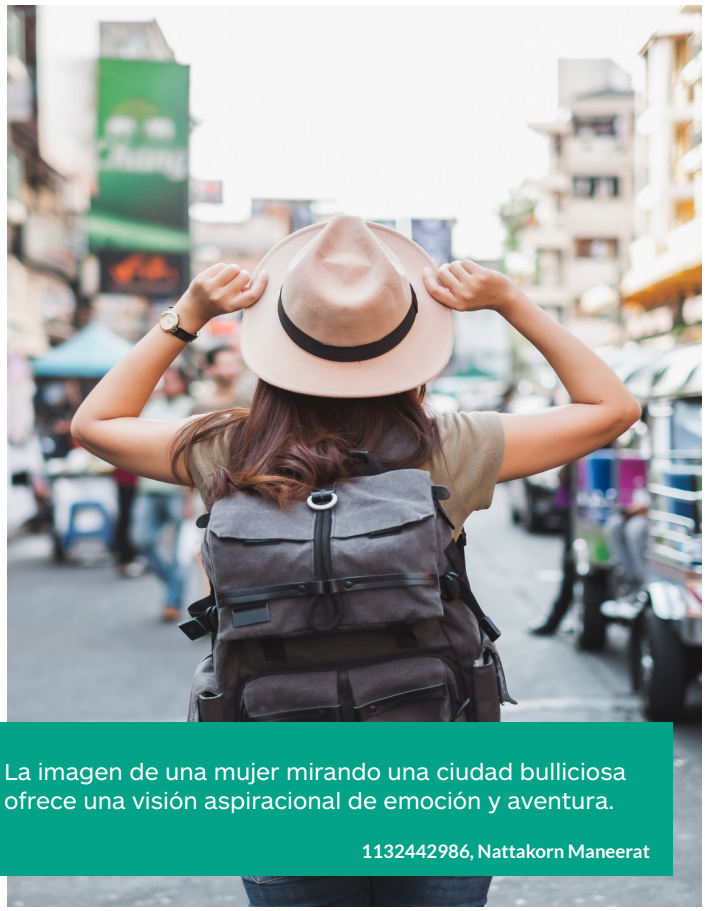
Define tus valores

Tener una idea sobre la misión y los valores de tu marca es otro buen punto de partida para empezar a encontrar tu lenguaje visual. Estos conceptos influyen en la personalidad de tu marca y pueden proporcionar una valiosa inspiración a la hora de determinar el “look and feel” de tu mensaje (ver Selecciona tu estilo).

Por ello, define tu camino: ¿Estás comprometido con el medioambiente? ¿Quieres hacer del mundo un lugar mejor? ¿Quieres ayudar a las personas a sentirse bien consigo mismas? Sea lo que sea, tus imágenes deberían reflejar tu posición.

Una familia diversa y feliz trasladará que tu marca valora la inclusión, la familia y la unión.

1154945459, monkeybusinessimages



La imagen de una mujer mirando una ciudad bulliciosa ofrece una visión aspiracional de emoción y aventura.

1132442986, Nattakorn Maneerat

Crea una visión

Una vez que determines los valores y personalidad de tu marca, es hora de empezar a visualizarla. Crea un mood board y guarda en él retazos de inspiración para desarrollar una estética que solo sea tuya. Mira lo que están haciendo tus marcas favoritas y la competencia directa. ¿Cómo se presentan ante el mundo y su audiencia? ¿Cómo su diseño, colores y opciones visuales respaldan sus servicios u ofertas, su cuota de mercado y actividades de marketing?

¿Qué tiene el estilo que han trabajado que los distingue frente al resto? ¿Y cómo puedes hacer tú lo mismo?

Convierte las ideas en acción

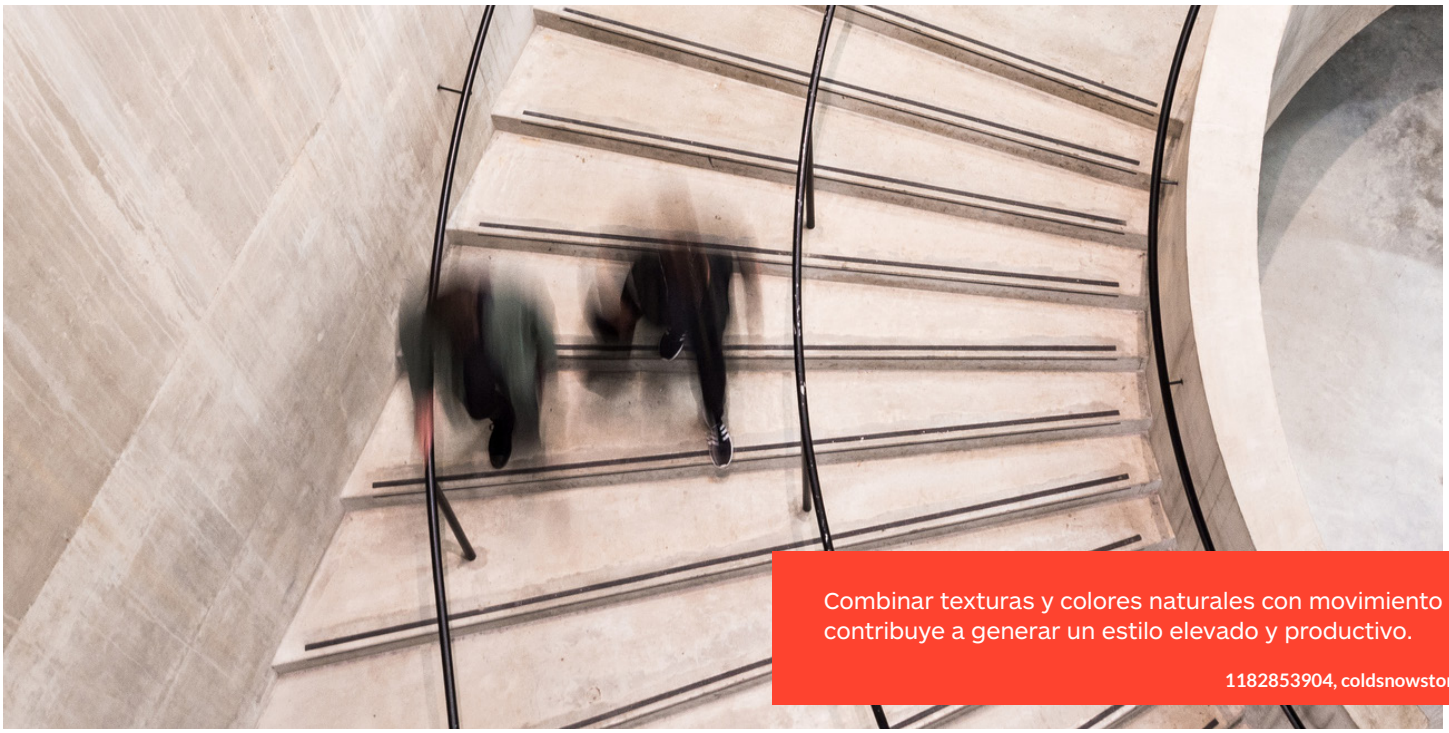
Acomódate y haz tus deberes antes de comprometerte con un determinado look. Quizá a ti te encante, pero ¿ocurrirá lo mismo con tu audiencia? La investigación de usuarios y los test A/B son vías inteligentes para averiguarlo.

Una vez que decidas la personalidad de tu marca y los términos que definen sus valores, introdúcelos en la búsqueda de iStock para ver qué tipo de imágenes aparecen. Probablemente te guste el sonido de “sofisticado”, pero ¿este estilo realmente habla de tu marca? ¿“Trendy” o “lujoso” son más acertados? Piensa un poco más y descubre todos los matices y características que puedes encontrar.

Los mood boards físicos en una pared o sobre una mesa pueden inspirarte, pero los digitales también son útiles y hasta más manejables. En iStock, los usuarios pueden crear múltiples Boards para recopilar y seleccionar imágenes, así como para colaborar a la hora de tomar decisiones visuales.

94502198, Thomas Northcut

Selecciona tu estilo



Combinar texturas y colores naturales con movimiento contribuye a generar un estilo elevado y productivo.

1182853904, coldsnowstorm

1204482432, m-imagephotography

Look + feel

Es posible que te hayas topado ya con el término “look and feel” en el ámbito del branding y el marketing. Este se refiere al impacto visual global que generan tus decisiones de diseño en conjunto. Como veremos más tarde en Decidir sobre los detalles y Seleccionar una paleta, todo, desde los colores que elijas a las tipografías que emplees, tiene una influencia en esas sensaciones que deja tu marca, que van más allá de sus elementos visuales.

El “feel” generalmente se refiere a cómo funcionan cosas como los botones y menús en tu sitio, pero también se sustenta en tus textos y el tono, tanto como en tu estética.

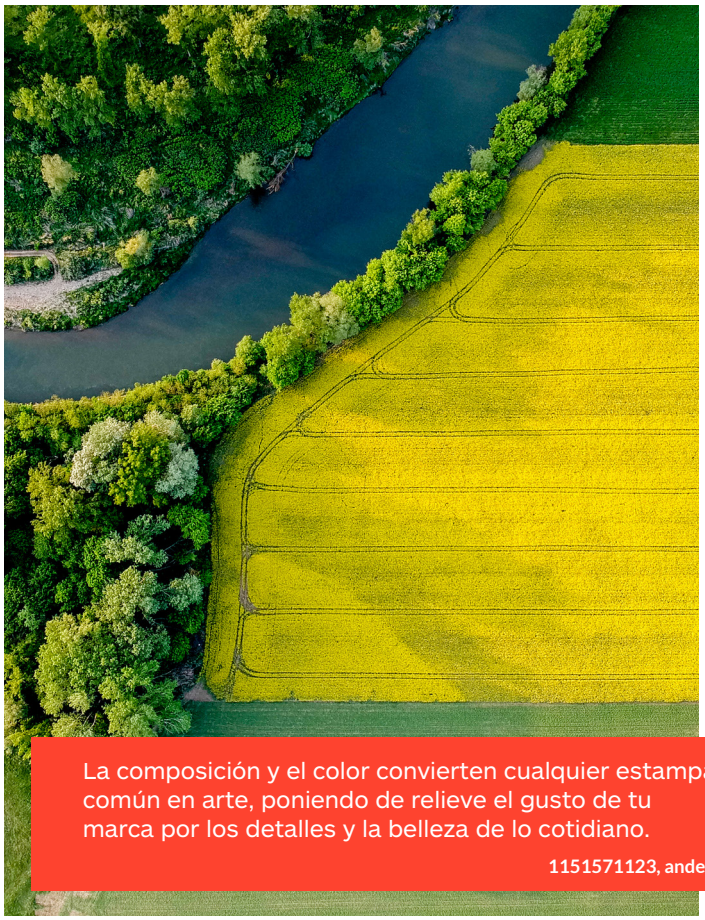
Fotografía

Una selección de imágenes elegidas cuidadosamente puede incluir una gama de retratos, paisajes, interiores, exteriores, naturaleza y más. Pero independientemente del tema que se trate, su look específico debería contar un historia unificada.

Esto se puede lograr prestando especial atención a elementos como la iluminación, la composición y el color, y asegurándote de que cada toma que elijas siga ciertas pautas visuales que reflejen tu marca.

Este interior luminoso e informal envía un mensaje muy diferente al de la sala con poca luz de la página 14. ¿Cuál tiene más sentido para tu marca?

1194948894, zoombull



La composición y el color convierten cualquier estampa común en arte, poniendo de relieve el gusto de tu marca por los detalles y la belleza de lo cotidiano.

1151571123, anderm

Los retratos que hacen foco en la esencia, sin florituras, crean una conexión instantánea con la audiencia.

1199617895, alvarez

Añadir ilustraciones a tu mix visual es una gran manera de resaltar la paleta de color de marca y su estética.

1202344480, Lyubov Ivanova

Ilustración

Integrar ilustraciones en tu oferta visual es una gran manera de destacar aún más y desarrollar un look único y fácil de recordar. Una vez que tengas tu estilo fotográfico ideal, ponte a investigar y explora la extensa colección de arte gráfico de iStock, lista para ser licenciada.

¿Qué estilos podrían complementar tus contenidos visuales existentes? Los estallidos de color pueden funcionar con fotografías más minimalistas, mientras que los dibujos de líneas sencillas podrían acentuar las tomas más complejas.

Convierte las ideas en acción

Cuando encuentres tu estilo, sé consistente. Comprométete con tus directrices visuales y mira adónde te pueden llevar. Y después, si no consigues los resultados que quieres, realiza los ajustes necesarios.

La iluminación juega un papel muy importante a la hora de transmitir la sensación de una fotografía. La luz natural y la de un flash crean efectos muy diferentes; decide qué funciona mejor para ti y adóptalo para lograr un look unificado.

Cuando añadas ilustraciones a tu mix, no esperes dar con la combinación perfecta a la primera. Como en la mayoría de los trabajos creativos, un poco de experimentación es un buen punto de partida.

1190200592, Iana Kotova

Decidir sobre los detalles

1163132207, undefined

Explora iStock para ver numerosas ideas de logos como esta y crear una tarjeta de presentación única para tu marca.

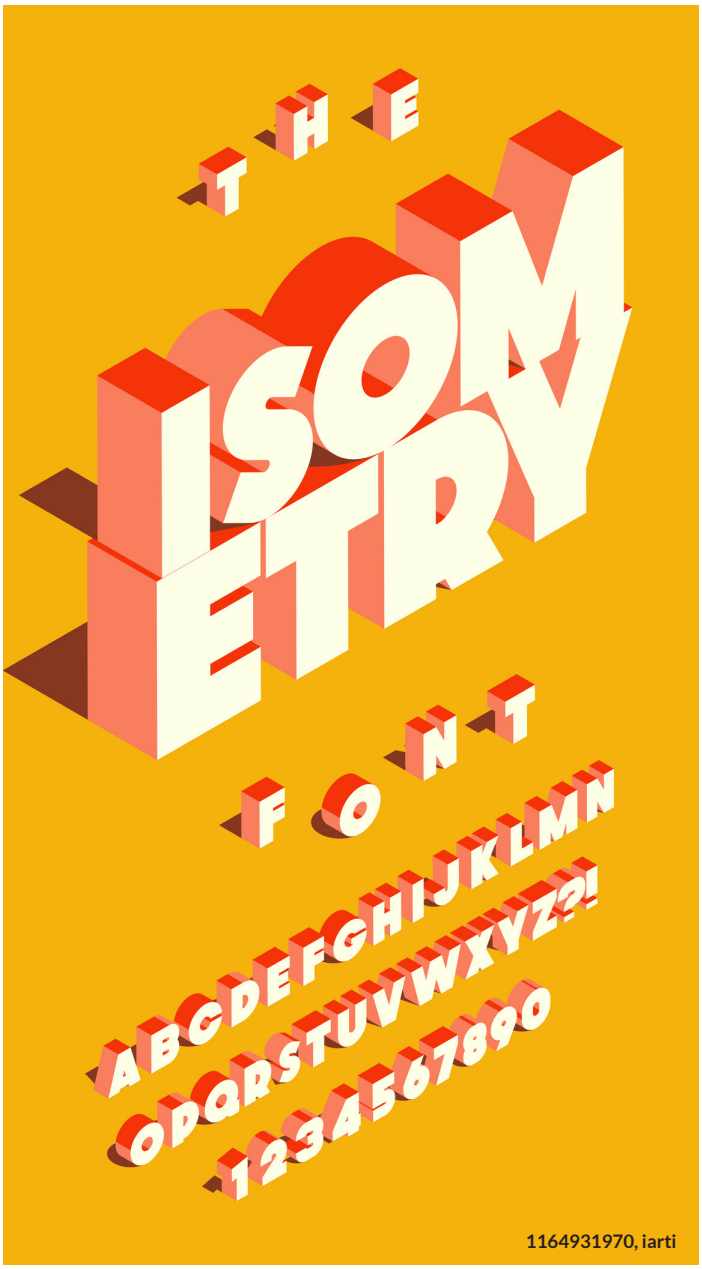
1209201446, ProVectors

Logos

No necesitas contratar a un diseñador gráfico para crear el logo perfecto para tu marca. Con las imágenes vectoriales, ilustraciones y clip art de iStock, encontrar inspiración para desarrollar el símbolo perfecto que represente a tu empresa, es fácil.

Lettering

Explora en iStock las opciones tipográficas para buscar un lettering que personalice más tu experiencia de marca. Usa estas letras juntas para formar palabras completas, o de manera separada para poner el énfasis sobre iniciales o para añadir una mayúscula a una página. Las letras también pueden ser elementos gráficos geniales y crear superposiciones en imágenes que compartas en redes sociales y en tu sitio.



1164931970, iarti

1201089459, Алёна Коваль

Las letras de imprenta y caligráficas (ver arriba y a la izquierda) remarcan la voz de tu mensaje cuando se usan en marketing de marca, al igual que todo tipo de elementos tipográficos únicos (ver abajo).

1185797197, teddyandmia

Iconos prácticos como estos ofrecen pistas visuales instantáneas para tu público.

1206786449, Nadiinko

Iconografía

iStock tiene una amplia gama de iconografía disponible para ser licenciada que te permitirá añadir otro toque de marca a diferentes páginas y publicaciones en tu sitio web y otras plataformas. Estas pequeñas imágenes se pueden utilizar para potenciar tu estilo y comunicar rápidamente una idea o tema de manera que sea inmediatamente reconocible para tus lectores.

Convierte las ideas en acción

Los logos deben ser sencillos y fácilmente reconocibles en cualquier tamaño. Coge un papel y mira adónde te lleva tu lápiz. Cuando acabes tu brainstorming, fíjate si puedes recrear tu visión de forma digital.

Demasiadas fuentes distraen y agobian la vista. Limítate a dos o tres como mucho y usa la más llamativa del grupo con más moderación.

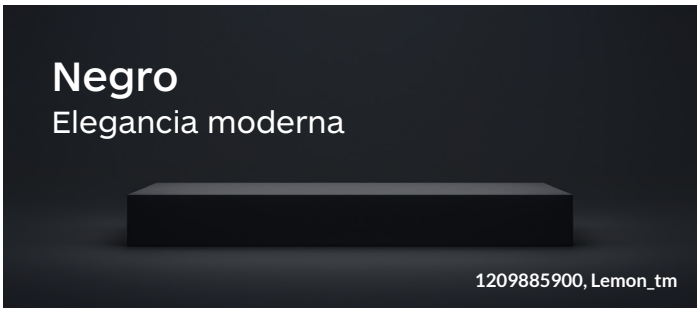
Sé decidido cuando uses iconografía y siempre opta por una imagen más grande cuando sea posible. Los iconos ponen un acento que ayuda a facilitar la lectura, pero no pueden remplazar a una imagen potente.

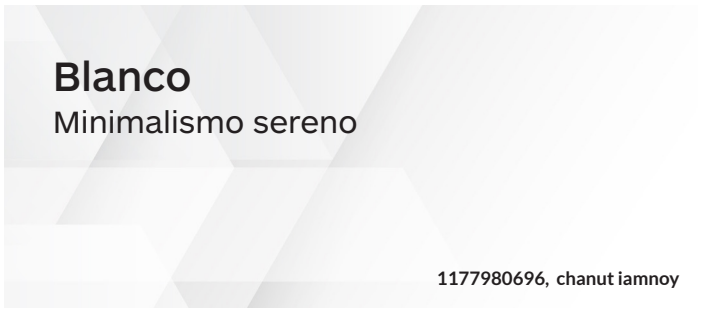
1208767689, AnnaStills

Escoger una paleta

Qué significan los colores

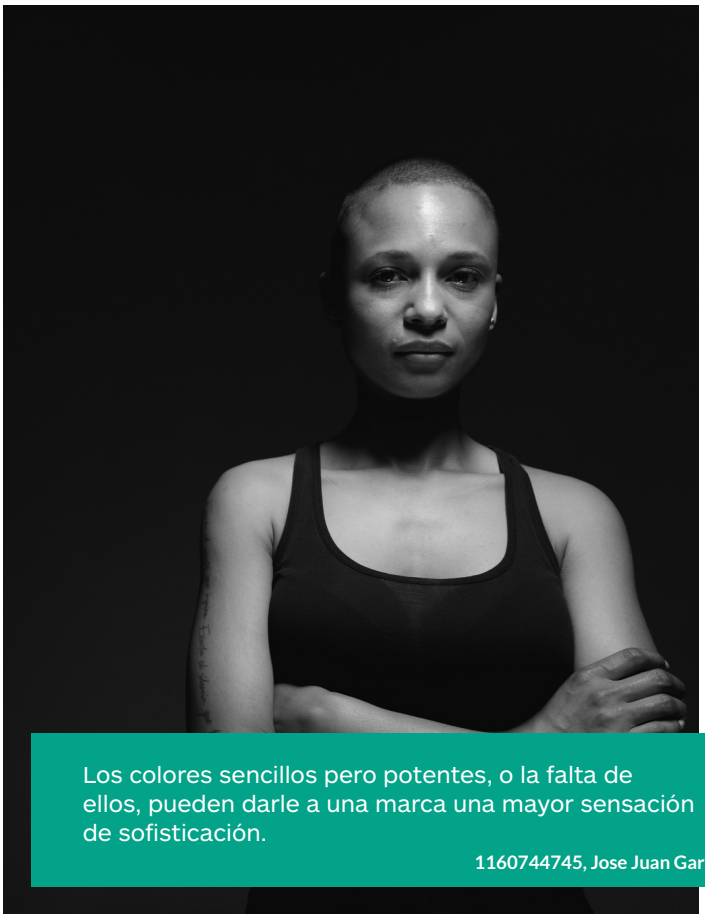
Si hablamos de negocios y marketing, es importante examinar la psicología de los colores (con la infografía de Hubspot se entiende fácil y rápido). Esto es lo que significan los más comunes:





Cuál elegir

La selección de matices cromáticos o de un esquema de color en general depende de la personalidad de tu marca. No elijas un cierto tono solo porque es tu favorito. Consulta una guía práctica como la de Hubspot para asegurarte de que estás en el camino adecuado y que tus colores comunican el mensaje que realmente tratas de trasladar.

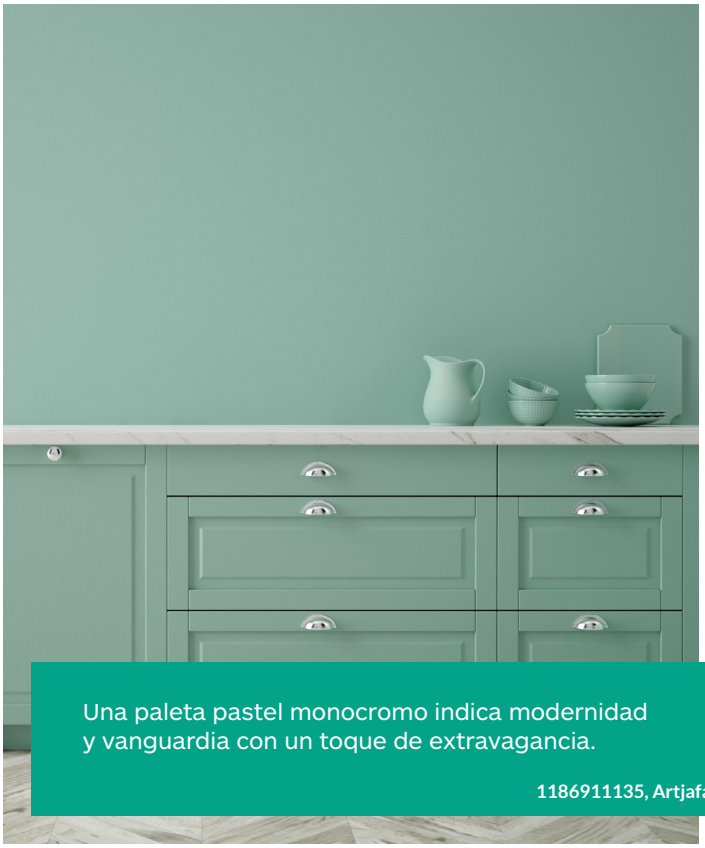


Los colores sencillos pero potentes, o la falta de ellos, pueden darle a una marca una mayor sensación de sofisticación.

1160744745, Jose Juan Garcia

Los oscuros neutros y los tonos en clave de piedra preciosa comunican una sensación de lujo cuando se usan en el branding.

1248298343, alvarez



Una paleta pastel monocromo indica modernidad y vanguardia con un toque de extravagancia.

1186911135, Artjafara

1180231917, Deagreez

Cómo utilizarlos

Hay muchas oportunidades para introducir el color de forma consistente en tu sitio y comunicaciones de marca. Desde correos electrónicos de marketing a diseño de blogs, pasando por publicaciones en redes sociales y páginas de destino, visualiza tu mensaje como un lienzo que conecte tu lenguaje visual de marca con todo lo que abordes. Los iconos, la tipografía, las imágenes, bordes y otros elementos pueden convertirse en las herramientas para que lo “pintes” a tu estilo.

Convierte las ideas en acción

Agrega a favoritos una fuente visual relevante como referencia rápida para cuando pienses en la mejor manera de darle color a tu marca, y no olvides comprobar qué le está funcionando a tu competencia.

Aplica tu investigación en tus elecciones, y luego mira cómo responde tu audiencia. Si no alcanzas tus metas, sigue investigando para llegar al punto que deseas.

Los tonos y filtros son una manera rápida y fácil de alinear una imagen con una marca. Con iStock Editor no tendrás que salir de nuestro sitio para conseguirlo.

Tus colores de marca pueden servir también como llamativos bordes o marcos para varios tipos de contenido.

1166684037, cookelma

Destaca con...

1177385307, baona

Cuando se usa con moderación, el arte gráfico abstracto puede ofrecer un agradable paréntesis visual en tu colección estándar de imágenes.

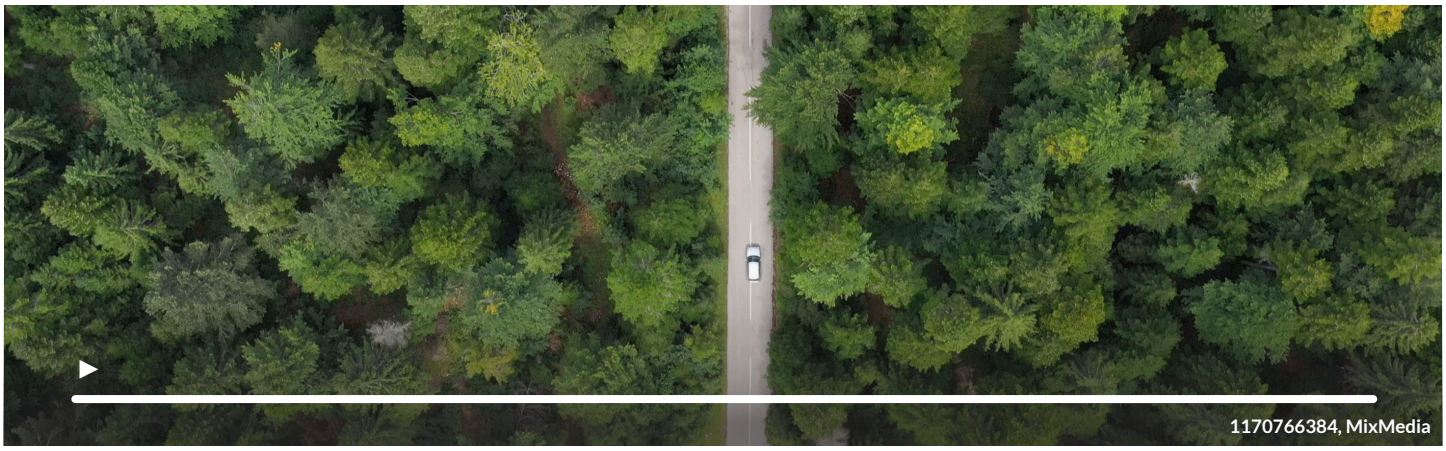
1182437599, pressureUA

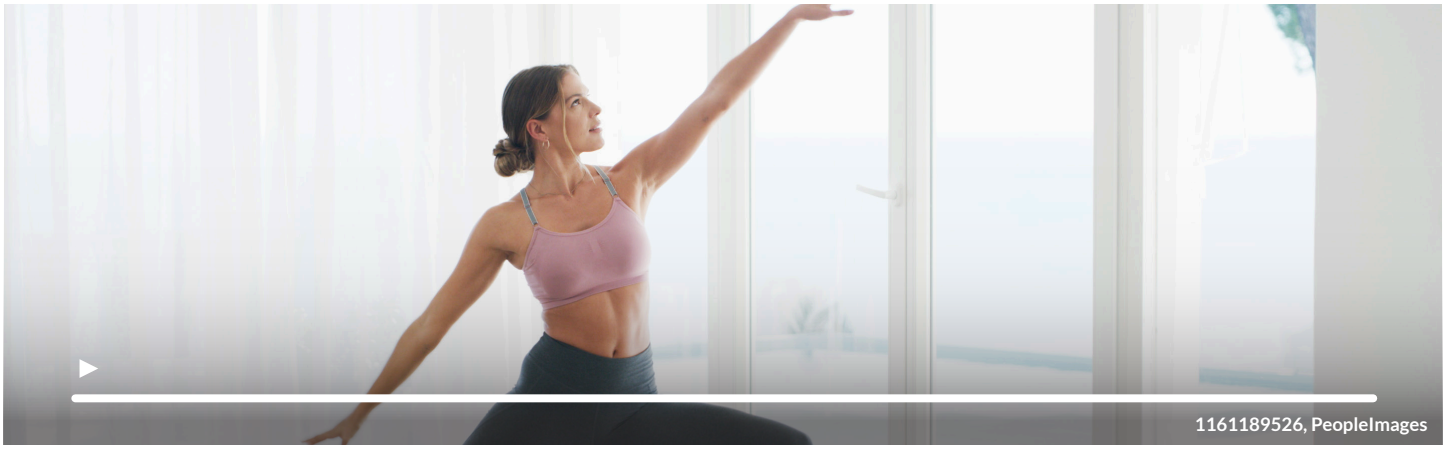
Patrones + texturas

La amplia colección de fotografías e ilustraciones de iStock tiene una sección dedicada a texturas y patrones disponibles para ser licenciados. Estas imágenes pueden funcionar muy bien como fondos, marcos y otros detalles decorativos. Desde diseños florales a telas, pasando por texturas metálicas, conceptos abstractos, animal print y más, seguro que encuentras algo que transmita tu lenguaje de marca.

Vídeos + GIF

Una imagen en movimiento captura la atención del espectador al instante. Licencia GIF o vídeos de iStock para mejorar tus iniciativas en tu sitio web, redes sociales y correos electrónicos de marketing, pero no sobrecargues con ellos a la audiencia. Y recuerda: aunque no sean imágenes fijas pueden encajar perfectamente en tu estilo. Con tanto material para elegir, no hay excusa para no tener una cohesión estética de marca.





Todo es posible con una ilustración; una imagen vectorial puede comunicar una idea de maneras que algunas fotos no pueden.

1207202567, Ponomariova_Maria

Dibujos vectoriales

Una sencilla imagen vectorial ofrece una gran flexibilidad creativa y puede aportar mucho a cualquier pieza de contenido. A diferencia de otras ilustraciones, los vectores están hechos de puntos, líneas y curvas que permiten hacerlos tan pequeños o grandes como quieras sin perder calidad. Pruébalos como alternativa creativa para cualquier cosa, desde un favicon a una imagen de cabecera.

Convierte las ideas en acción

En lo que se refiere a los patrones y texturas, menos es más. Úsalos con moderación y no los mezcles y combines demasiado, a menos que tenga sentido para la estética de tu marca.

Los vídeos y GIF son geniales para incluirlos en emails, encabezados, fondos o artículos. Con ellos se consigue un stop y que el espectador mire el mensaje, y además pueden ilustrar cuestiones de maneras inesperadas.

El arte vectorial puede transmitir ideas abstractas de maneras que la fotografía tradicional a veces no puede. Temas complicados como los relacionados con tecnología y finanzas, por ejemplo, pueden beneficiarse de la simplificación que ofrece este tipo de imágenes.

1214287845, smartboy10

En resumen

En la actualidad, la audiencia espera ser sorprendida. A esto se suma que tu apariencia visual deja un impresión duradera. Para garantizar que la imagen que trasladas al público es la correcta —para que este quiera seguirte o saber más de tu negocio—, tu identidad y lenguaje visual son claves. Haz que estos pilares sean consistentes y que se alineen con los valores específicos de tu empresa; de esta manera tu audiencia comenzará a conectar con tu estética y con lo que le ofreces.

Una vez que hayas implementado tus pautas de marca, asegúrate de contar una historia unificada en todas la plataformas, así el público te reconocerá sea donde sea que te encuentre. Y por encima de todo, recuerda mantener una perspectiva panorámica e integral. En iStock encontrarás todo lo que necesitas, a tu imagen y semejanza.

Visita iStock para explorar online todo lo que te ofrecemos, y presta atención a la práctica lista de verificación de identidad visual que encontrarás al final de este eBook.

Identidad visual: Lista de verificación

Un lenguaje visual potente y cohesionado crea conciencia de marca y ayuda a dejar huella, y también puede impulsar los resultados comerciales. De hecho, **Forbes**[1] informa que una "presentación consistente de marca en todas las plataformas incrementa los ingresos hasta en un 23%". Utiliza esta guía práctica para asegurarte de que le sacas el máximo partido a tu contenido visual, y visita **iStock** para cubrir todas tus necesidades de fotos, ilustraciones y vídeos.

Aspectos básicos

- [ ] Elige tres palabras que describan la personalidad de tu marca. ¿Tu identidad visual refleja esas palabras/ideas/conceptos?
- [ ] ¿Reflejan tus imágenes de marca esas palabras/ideas/conceptos?
- [ ] ¿Ese contenido visual habla el lenguaje de tu público/clientes?

Paleta

- [ ] ¿Has revisado las **connotaciones más comunes de los colores en la psicología del marketing?**[2]
- [ ] ¿Tu elección de colores refleja la personalidad de tu marca?
- [ ] ¿Existe una estructura jerárquica u organizativa que determina la forma en que utilizas tus opciones de color en tu sitio?
- [ ] ¿Tienes un esquema de color consistente y lo aplicas en tu sitio, cuentas de redes sociales y materiales de marketing?

Recursos que destacan

Estás incorporando...

- [ ] ¿Marcos o bordes?
- [ ] ¿Tonos o filtros?
- [ ] ¿Vídeos o GIF?
- [ ] ¿Ilustraciones o vectores?
- [ ] ¿Texturas o patrones?

Detalles

- [ ] ¿Tu logo es sencillo, único y fácilmente reconocible?
- [ ] ¿Tus opciones de fuentes tipográficas reflejan el look and feel general de tu marca?
- [ ] ¿Tus elecciones tipográficas se limitan a 2-3 fuentes?
- [ ] ¿Utilizas iconografía para comunicar ideas y organizar información?
- [ ] ¿Te excedes con los iconos o emojis? Úsalos con moderación, cuando sean significativos y relevantes.

Estilo

- [ ] ¿Estás desarrollando un look and feel único que distinga a tu marca?
- [ ] ¿La mayor parte de las imágenes de tu sitio y en tus redes sociales se adhiere a la paleta elegida?
- [ ] Cuando conviven entre ellas, ¿tu selección de imágenes cuenta una historia cohesiva?
- [ ] ¿La iluminación es similar en la mayoría de tus fotografías seleccionadas?
- [ ] ¿Siguen tus ilustraciones un estilo visual consistente?

iStock by Getty Images™

[1] https://www.forbes.com/sites/gabrielshaolian/2018/08/10/10-marketing-web-design-branding-statistics-to-help-you-prioritize-business-growth-initiatives/#54643593d708)
[2] https://blog.hubspot.com/marketing/psychology-of-color