POSICIONAMIENTO, CONCEPTO, TIPOGRAFÍA, PALETA, MANUAL Y SÍMBOLO

UNA MARCA ANTES QUE UN LOGO.

Te dejamos seis prompts para pedirle a Claude, en orden, cada parte de una identidad. Primero la estrategia, después la estética.

SECCIÓN 01

Una marca no es un logo, es un sistema.

Si le pedís a Claude "haceme un logo", vas a tener un logo de cualquiera. Le pedimos seis cosas en orden y cada una se apoya en la anterior: si una te queda vacía, no sigas hasta resolverla.

01

Posicionamiento.

Lo que la marca cree, promete y repite, en una página. Si no entra, todavía no entendiste la marca.

02

Concepto.

La verdad que la marca afirma, en una oración sin adjetivos, y los tres adjetivos de su territorio.

03

Tipografía.

Los tres adjetivos convertidos en letra, con reglas que se pueden explicar.

04

Paleta.

Saturación y valor antes que tono. Tiene que funcionar en blanco y negro.

05

Manual.

Diez reglas de siempre o nunca que cualquiera puede leer antes de generar.

06

Símbolo.

Recién después. Sale de las reglas, no del gusto.

SECCIÓN 02

Antes del logo, la estrategia.

Una página. Si no entra, todavía no entendiste la marca.

PROMPT 01 Posicionamiento

COPIÁ Y PEGÁ

```
Sos estratega de marca. Vamos a armar el posicionamiento de [MARCA] antes de pensar en cualquier imagen.
Producto: [QUÉ HACE, CÓMO SE USA, QUÉ SE SIENTE, QUÉ DETALLE LO DISTINGUE].
Categoría: [RUBRO].
Competencia: [QUIÉN MÁS JUEGA Y QUÉ MUESTRA].
Respuestas de quien decide:
1. ¿Qué venden que nadie más vende? [RESPUESTA]
2. ¿Qué cliente perdieron y por qué? [RESPUESTA]
3. ¿Qué les da vergüenza de su propia comunicación? [RESPUESTA]
Devolveme una sola página con cinco capas: Brand DNA (lo que la marca cree, promete y repite en todo lo que hizo bien), producto, categoría (las reglas no escritas que el consumidor espera de cualquier marca del rubro), competencia (dónde están todos amontonados) y códigos visuales (cuáles respetamos y cuáles rompemos).
Después, el mapa del consumidor: deseo, tensión, aspiración, símbolos e insight cultural. Si un elemento no tiene una cita de las respuestas, marcalo como hipótesis.
No inventes datos que no te di.
```

Las tres respuestas van con las palabras de quien te las dio. Si una capa te queda vacía, no pases al prompt 02.

SECCIÓN 03

Una oración
que se entienda sola.

El tagline se escribe al final. Si una de las cinco preguntas falla, volvé al concepto, no al tagline.

PROMPT 02 Concepto

COPIÁ Y PEGÁ

```
Con este posicionamiento: [PEGÁ LA PÁGINA DEL PROMPT 01].
Proponeme entre tres y cinco territorios para la marca. Dos territorios son
distintos solo si cambia la tensión, el ángulo o el mundo: cambiar el color o la
locación no alcanza.
Para cada uno: tensión, ángulo de la marca, mundo, frase de pasillo y tres
adjetivos.
Después elegí uno y explicá por qué descartaste los otros.
Escribí el concepto del territorio elegido en una oración, sin adjetivos y sin el
nombre de la marca ni del producto.
Probalo con estas cinco preguntas y decime cuál falla:
Se dice en una oración sin adjetivos.
Sostiene veinte piezas sin repetirse.
No la firmaría otra marca.
Resuelve la tensión del mapa del consumidor.
Tiene un gesto concreto.
No escribas el tagline todavía.
```

Guardá por qué descartaste los otros territorios: esa explicación vuelve cuando armes el caso de estudio.

SECCIÓN 04

Una letra
que puedas explicar.

El operador tiene un estilo que le sale; el director tiene un sistema que puede explicar. Elegí la dirección que se defiende con el concepto, no la que te guste.

PROMPT 03 Tipografía

COPIÁ Y PEGÁ

```
Con el concepto y los tres adjetivos de la marca: [PEGÁ EL RESULTADO DEL PROMPT 02].
Proponeme dos direcciones tipográficas para la identidad. Para cada una:
Qué familia va en títulos y cuál en texto, y cómo cada una expresa los tres adjetivos.
Qué código del rubro respeta y cuál rompe.
Tres reglas de una línea, escritas como siempre o nunca.
Lo que la tipografía de la marca nunca va a ser: [EXCLUSIONES].
No inventes nombres de fuentes. Si no estás seguro de que una existe, decímelo.
```

Verificá que cada fuente exista y revisá su licencia antes de usarla.

SECCIÓN 05

Saturación y valor, antes que tono.

El color es lo primero que se siente y lo último que se nota. La misma paleta, saturada o apagada, son dos marcas distintas.

PROMPT 04 Paleta

COPIÁ Y PEGÁ

```
Con el concepto y los tres adjetivos de la marca: [PEGÁ EL RESULTADO DEL PROMPT 02].
Armame la paleta de la identidad con estas reglas:
De tres a cinco colores, en proporción 60/30/10: dominante, secundario y acento.
Decidí primero la saturación y el rango de valor (claros, oscuros o medios). El tono va después.
Para cada color: nombre, rol, código HEX y por qué responde al concepto.
Tiene que funcionar en blanco y negro: si dos colores tienen el mismo valor, cambiá uno.
Exclusiones: [LO QUE LA MARCA NO ES, POR EJEMPLO NEÓN O BLANCO PURO].
```

Pasá la paleta a blanco y negro. Sin contraste de valor, no se lee.

SECCIÓN 06

Diez reglas, no treinta.

Lo que sale en marzo y lo que sale en agosto tienen que parecer de la misma marca sin que nadie tenga que decirlo. Eso no se logra con memoria ni con gusto: se logra con reglas escritas que cualquiera puede leer antes de generar.

PROMPT 05 Manual de identidad

COPIÁ Y PEGÁ

```
Con todo lo anterior: [PEGÁ POSICIONAMIENTO, CONCEPTO, TIPOGRAFÍA Y PALETA].
Comprimilo en un manual de identidad de diez páginas como máximo:
Arriba, los tres adjetivos.
Diez reglas de una línea, escritas como siempre o nunca. Diez, no treinta: treinta reglas no las cumple nadie.
Para cada capítulo (concepto, tipografía y paleta), tres columnas: constante, variable y prohibido. Qué no cambia, qué puede cambiar y hasta dónde.
Un bloque de estilo: las diez reglas convertidas en el párrafo que va a abrir cada prompt de imagen de la marca.
Versión 1.0, con la fecha de hoy.
```

Hacé la prueba de la familia: diez piezas distintas siguiendo las reglas. Si no parecen hermanas, corregí las reglas, no las piezas.

SECCIÓN 07

Recién después, el símbolo.

Con la estrategia escrita, el símbolo deja de ser una cuestión de gusto: tiene que cumplir las reglas del manual.

PROMPT 06 Símbolo

COPIÁ Y PEGÁ

```
Con el manual de identidad: [PEGÁ EL MANUAL DEL PROMPT 05].
Recién ahora, el símbolo. Proponeme tres direcciones. Para cada una:
Qué idea del concepto expresa, en una oración.
Cómo cumple las diez reglas del manual.
Qué código del rubro respeta y cuál rompe.
Por qué no lo firmaría otra marca.
Tiene que funcionar en blanco y negro, en un solo color.
Después elegí una y escribí el brief para quien la dibuje o la genere, con la
lista de lo que el símbolo nunca va a ser: [EXCLUSIONES].
```

Si ninguna dirección cumple las reglas, volvé al manual, no al símbolo. Cuando lo tengas, sumalo como capítulo del manual y subí la versión.

¿TE SIRVIÓ?

Primero la estrategia. Después la estética.

@bistudio.ai

Si querés seguir, el siguiente paso es el kit Avatar dirigido.

Ver el kit Avatar dirigido →

El equipo de BISO

INSTAGRAM
@bistudio.ai

WEB
biso.studio

EMAIL
hola@biso.studio