

Modernizar la imagen de un conocido canal de televisión (Tele 5), que busca reorientar toda su programación hacia:

- Público de habla hispana, en Europa y América
- Sección de noticias: Cobertura de cualquier tema de actualidad con un profundo análisis de expertos en cada tema
- Sección de documentales: Ciencia, historia y naturaleza
- Sección filmoteca: Películas de autor + tertulia



Se necesita:

- Una imagen general para el canal, y una para cada una de sus secciones
- Un copy para la imagen del canal general, y uno para cada una de sus secciones

¿Que es un copy?

Un copy es una frase publicitaria. Sin embargo, lo que parece tan simple en la definición, no lo es en la realidad. Un buen copy debe conectar al anunciante con su público, debe comunicar de forma clara, breve y brillante aquello que el anunciante desea transmitir.

El talento de un copywriter es demandado por agencias de publicidad que se precien de ser serias y por periódicos en general, especialmente aquellos que gustan de titulares impactantes.

Los más brillantes slogans, así como las cabezas más inolvidables de la prensa, casi siempre son obra de copywriters.

Como ejemplos podemos citar "Soy Totalmente Palacio", "Just Do it", "Keep Walking", "A que no puedes comer solo una", "Priceless (No tiene precio)", "Es un pequeño lujo, pero creo que lo valgo".

<http://blog.luismaram.com>

Proceso de trabajo :

- 1- Pensar el logotipo y copy, así como sus diferentes variantes.
- 2- Entregar los bocetos a un compañero/a para que lo ejecute, así como todas las especificaciones necesarias
- 3- Recibir el resultado final y defenderlo ante el cliente

IMPORTANTE: es obligatorio utilizar El efecto Von Restorff para crear un mayor impacto en el diseño

EJEMPLO DE ACTUALIZACIÓN DE MARCA:



A tener en cuenta:

- El color
- Los prototipos
- El ciclo de desarrollo
- El efecto Von Restorff