

Logo Design Presentation.

Concept development and Professional logo design.



Hola, equipo B2W un cordial saludo para todos, esta es la presentación para el diseño del logo para su marca.

Mi filosofía de trabajo para el diseño de marcas es **“En lo único que no somos únicos, es que todos somos únicos”**, por lo tanto mi trabajo no es «Maquilla» lo que son sino potenciar su identidad a través de las características que se me presntan al momento de tomar el proyecto, permitiendo a su marca ser diferente, y excepcional al mismo tiempo.

Por favor disfruten de la pequeña presentación e introducción a su marca en cada una de las propuestas y no duden en tomarse un momento para pensar estratégicamente cuál es la mejor opción para ustedes.

Sin más que decir, diviértanse iniciando el recorrido que están a punto de emprender.

Logo design presentation

B2W Communication (Business to World).

B4W consulting es una empresa innovadora y fresca , dedicada a la comunicación digital, marketing y PR su clientes son empresas de todo tamaño con visión de negocios cuyo objetivo es dar a conocer su calidad y producto , imponiendo tendencias vanguardistas y ruptura en el mercado , generando así un mejor retorno de inversión. Somos el mejor negocio del mercado, somos business for the world .

Territorios Explorados

El término «Territorio» hace referencia a las diferentes ideas y propuestas conceptuales que llevé a cabo para el desarrollo de la identidad colocando al logo como la base de la estrategia visual; cada propuesta trabaja una personalidad y estilo comunicacional diferente permitiendo así una mayor cobertura de ideas y cada una en su esencia es única.

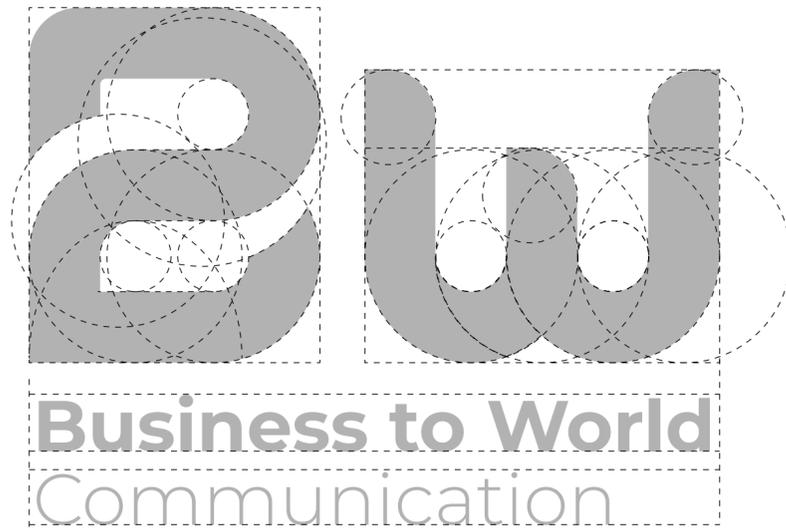
Primer territorio

The logo consists of the letters 'B' and 'w' in a bold, rounded, sans-serif font. The 'B' is significantly larger than the 'w'. The letters are dark gray with a slight shadow effect, giving them a three-dimensional appearance. The 'B' has a white cutout in its center, and the 'w' has a white cutout in its middle section.

Business to World
Communication



Business to World
Communication



Primera propuesta

La primera propuesta diseñada fue basada en la idea de usar las siglas B2W uniendo el número 2 y la letra B para formar un solo cuerpo más la letra W, haciendo así un icono tipográfico más simple pero a la vez ostentoso..

Fundamentos

Los elementos icónicos son más fáciles de recordar y al tener un doble mensaje con la unión del número 2 y la letra B resulta más distintivo al momento de entender la idea a proyectar.

Idea

Fusión de morfologías tipográficas.

B + 2, W

The logo consists of the letters '2' and 'w' in a bold, rounded, sans-serif font. The '2' has a white cutout on its left side, and the 'w' has a white cutout on its right side, creating a sense of depth and shadow.

Business to World
Communication

The logo consists of the letters '2' and 'w' in a bold, rounded, sans-serif font. The '2' has a black cutout on its left side, and the 'w' has a black cutout on its right side, creating a sense of depth and shadow.

Business to World
Communication

The logo consists of the letters '2' and 'w' in a bold, rounded, sans-serif font. The '2' has a black cutout on its left side, and the 'w' has a black cutout on its right side, creating a sense of depth and shadow.

Business to World
Communication

The logo consists of the letters '2' and 'w' in a bold, rounded, sans-serif font. The '2' has a white cutout on its left side, and the 'w' has a white cutout on its right side, creating a sense of depth and shadow.

Business to World
Communication

Main color

Dark Gray

RGB:

17 17 17

CMYK:

0% 0% 0% 90%

Este color se asocia con lo confiable, maduro e inteligente, también no refleja ninguna emoción concreta, sino que se percibe como un punto medio, permitiendo anclar cualquier sentimiento o emoción a él. También se suele decir que “la vida no está hecha de blancos y negros”, que “también hay grises”.

Secondary color

White

RGB:

255 255 255

CMYK:

0% 0% 0% 0%

El blanco transmite una imagen de bondad, pureza e inocencia, ya que este color simboliza paz, humildad y amor.

Segundo territorio

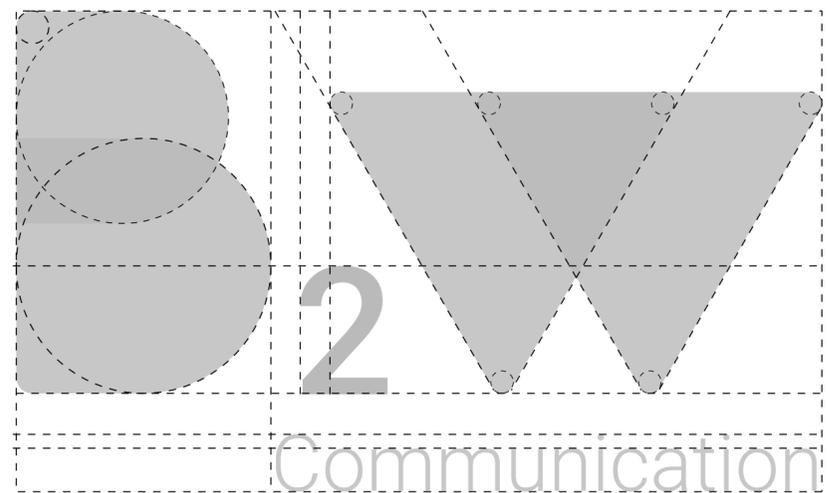
Marca Flexible

Diseño abstracto que evoca más diversidad y creatividad



B2W

Communication



Segunda propuesta

Este es un diseño abstracto con formas geométricas básicas, la idea es tener una marca flexible al color para identificar las diferentes ramas que puede abarcar la empresa, en la siguiente lámina estarán los ejemplos.

Fundamentos

Al ser una marca digital con la visión de abarcar diferentes ramas de la comunicación es posible diversificarla haciendo flexible el color, convirtiendo a la marca más audaz y con una amplia oportunidad de crear recursos visualmente creativos

Idea

Llevar la expresión visual a lo más básico y simple, para permitir recrear un sin fin de recursos visuales, liberando a la marca de la monotonía común de las marcas estáticamente visuales.



Ejemplos de flexibilidad en el color



Main color

Blue (Crayola)

RGB:

32 86 255

CMYK:

82% 70% 0% 0%

Este color refleja la paz, tranquilidad, también es un color empresarial y es el color favorito de la mayoría de las personas según estudios psicológicos, está relacionado con la intelectualidad y lo perspicaz.

Secondary color

White

RGB:

255 255 255

CMYK:

0% 0% 0% 0%

El blanco transmite una imagen de bondad, pureza e inocencia, ya que este color simboliza paz, humildad y amor.



Thanks