Brandboard

Acuden principalmente a cafeterías y gelaterias que ofrezcan sabores exclusivos en sus cartas, y que provean de un ambiente ameno y relajado, donde puedan escapar de las rutinas laborales.

Gustan de exquisiteces, tales como postres, tortas, bombones y helados, los que comen en pequeñas porciones.

A la hora de salir a comer o cenar, prefierenrestaurantes que ofrezcan platos innovadores, gustan de lacomida fusión que mezcla los sabores de distintas culturas.
Gustan del sushi, por lo que prefieren los restaurantes de cocina oriental, ya que ofrecen platos ricos y bajos en grasas.

COMIDAS

Al estar en la etapa de formación del hogar, están al tanto de las nuevas tendencias, y constantemente buscan elementos para decorar sus hogares que se ajusten a sus necesidades y espacios.

Acuden a tiendas de retail, en las que adquieren los muebles y electrodomésticos para el hogar, y los accesorios y elementos de decoración los prefieren comprar en tiendas especializadas que ofrezcan diseños exclusivos y vanguardistas.

HOGAR

Compran los alimentos en supermercados situados cerca de sus hogares que ofrecen múltiples productos y servicios.

PERSONAL

La imagen asociada a la marca es importante, privilegiando la calidad y exclusividad por sobre el precio, lo que se demuestra en la ropa y en el calzado que utilizan.

Gustan de marcas reconocidas, debido a los materiales utilizados, el diseño y estilo que estas entregan.

Utilizan accesorios acorde a la vestimenta, los que son comprados en tiendas especializadas, gustan de perfumes y cosméticos de renombre y buena calidad.

OCIO

Les gusta estar siempre en forma, por lo que tienen membrecías en gimnasios y spa.

Principalmente van a lugares donde puedan encontrar múltiples servicios, tales como, librerías, tiendas de ropa, mobiliario, restaurantes y cafeterías.

Asisten a centros culturales, donde se desarrollen múltiples actividades; teatro, música, cine, y exposiciones

Siempre están conectadas a plataformas de interacción social, medio ideal para transmitir inquietudes e intereses.

Les gusta leer revistas de modas y tendencias, diarios nacionales para estar siempre al tanto y libros y artículos relacionados con sus profesiones.

Buscan productos que otorguen múltiples prestaciones y aplicaciones útiles en el entorno laboral y en su diario vivir, que además tengan prestigio y cierto estilo.

TRABAJO

ANALISIS CONCEPTUAL

En su mayoría, las marcas utilizadas son aquellas de renombre, calidad y exclusividad, siendo estas un símbolo de distinción. Quien adquiere estas marcas es totalmente selectiva y su búsqueda radica en elementos que las mantengan comodas, las hagan ver bien y las diferencien del resto.

Antes que el precio, lo que les preocupa es la calidad de los productos que adquieren, buscan por sobretodo experiencias de alta calidad enfocadas a la comodidad que estos otorguen.

PALETA DE COLORES

Predominan por sobre to dos los colores cálidos, que otorgan una sensación de cercanía y producen un efecto estimulante, alegre y energizante. También se observa presencia de colores neutros, utilizados para expresar estilos más clásicos.

TIPOGRAFIAS

A

En su mayoría, se utilizan letras rectas, de trazos gruesos y vértices rectos de gran tamaño, de tipo Serif o Sans serif. Este tipo de fuente, de carácter simple, refleja en gran medida seriedad y modernidad.

A

En general las marcas están compuestas por logotipo e isotipo, por lo que logran hacer alusión a los productos o servicios que ofrecen a través de imágenes asociadas a ellos.

Principalmente las marcas asociadas al trabajo y a la ropa suelen ser de colores clásicos y un estilo más formal, y las marcas relacionadas al esparcimiento se componen de más colores y trazos mucho mas libres.