

● ● **MANUAL**

**ACCOCI** 

THE CUSTOMER  
VALUE AGENCY

**de Marca** ● ●



The Customer Value Agency



# Manual de Identidad Corporativa

# Indice

- 1. Marca **pág 4**
- 2. Logo **pág 7**
- 3. Cromatismo **pág 17**
- 4. Tipografía **pág 25**
- 5. Infografía **pág 28**
- 6. Aplicaciones **pág 30**

## 1.1 Naming: el porqué de *Accom*

# 1. Marca

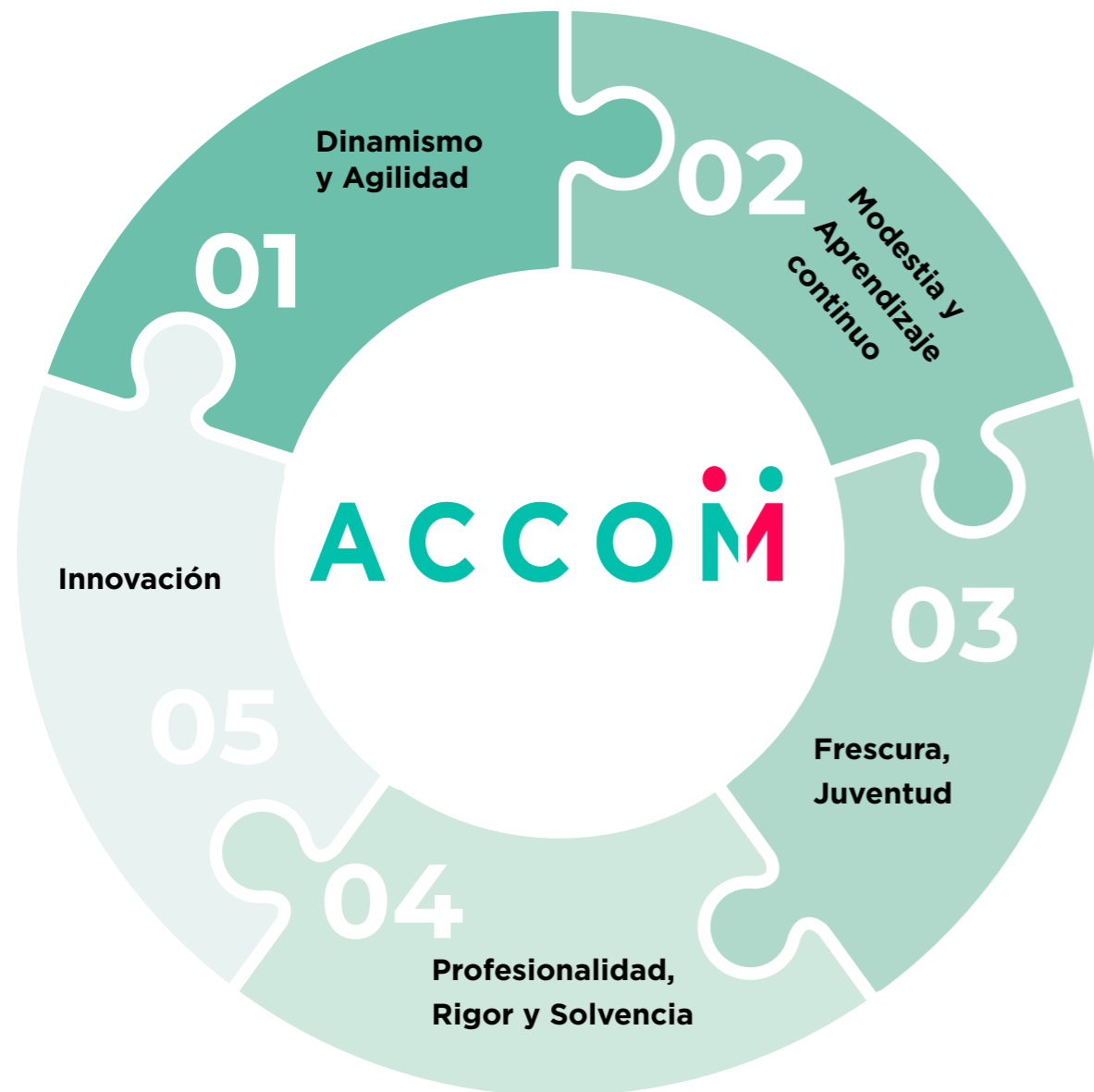
Las palabras no son neutras y Accom simboliza toda una filosofía, nuestra forma de ser y de hacer. Viene de Accompaniment, el acompañamiento que realizamos en todo lo que hacemos: **“Estar contigo viviendo la experiencia compartida”.**

## 1.1 Naming

## 1.2 Personalidad

- ✓ **Acompañamos en todo lo que hacemos y en cómo nos relacionamos:**  
A nuestros clientes en su evolución y desarrollo digital, aportando valor pero sobre todo valor en nuestras acciones, innovando y planteando siempre nuevas formas de hacer.
- ✓ A los clientes digitales en su proceso de contratación (y en la fase actual de la empresa, queremos abordar el acompañamiento del cliente en toda su relación con la marca que está contratando).
- ✓ A nuestro equipo, aprendiendo juntos y desarrollándonos profesionalmente en un entorno joven, dinámico, en constante evolución y con fuerte proyección de crecimiento.
- ✓ A nuestros partners/proveedores, con quienes intentamos desarrollarnos conjuntamente, creando relaciones de confianza y de oportunidad conjunta en la colaboración.
- ✓ Al mercado incluso, intentando beber toda la innovación disponible e intentando de manera modesta aportar valor en asociaciones y foros a los que tenemos acceso.

## 1.2 Personalidad



## 2. Logotipo

- 2.1 Logo principal
- 2.2 Composición
- 2.3 Variaciones y aplicaciones
- 2.4 Símbología
- 2.5 Uso del logo y el claim
- 2.6 Plantilla para firma email
- 2.7 Uso correcto del logo
- 2.8 Uso incorrecto del logo
- 2.9 Tamaños mínimos de reducción
- 2.10 La 'M' como símbolo de marca

## 1.1 Logo principal



**Logotipo principal:** Se utiliza para la comunicación externa + **Claim**

## 2.2 Composición



## 2.3 Variaciones y aplicaciones

ACCOM

Logotipo sin prefijo 'We', ni claim 'The customer value agency' se usa tanto por temas de espacio (como puede ser el ejemplo de adaptarlo a la imagen de perfil de RRSS), o al hablar de Accom en términos empresariales.



Logotipo con prefijo 'We': Tiene como objetivo dar a conocer la cultura empresarial de Accom, "Quienes somos" (comunicación interna). Lo que nos hace diferente y que es motor para atraer, desarrollar y retener al mejor talento digital y de ventas. Su uso se relaciona al hablar a nuestros empleados, a potenciales empleados o cuando queramos transmitir esos valores que hacen únicos a la empresa.

## 2.4 Simbología



El logo de Accom en la **M** con el punto, son **dos personas que van de la mano**, acompañadas en su caminar. Con esto simbolizamos nuestro **compromiso y nuestra amistad**.



## 2.5 Uso del logo y el claim

Al logotipo **ACCOM** se le precede de un prefijo '**We**' y un sufijo bajo el claim '**The customer value agency**'. A continuación entenderemos y veremos en qué caso usarlos juntos o separados, así como sus posibles combinaciones:

El prefijo '**We**': indica la implicación y la personificación que tenemos con nuestros clientes y empleados.

El logotipo central **Accom** representa la filosofía de nuestra agencia: el acompañamiento. Te acompañamos en un camino que emprendemos y continuamos de la mano. Nunca dejamos al cliente solo, sino que estamos siempre por y para él en un viaje de compañía y crecimiento mutuo.

Nuestro claim '**The customer value agency**' representa nuestro diferencial en el mercado. Como una agencia centrada en nuestros clientes en quienes ponemos todo nuestro foco para generarles valor añadido.

**¿Cuándo usar We + Accom?** Cuando nos encontremos ante casos de **comunicación interna**, por lo que no es necesario dar a conocer lo que hacemos. Al tratarse de un formato más 'desenfadado' y cercano se usará en Redes Sociales más informales, tales como Instagram o Facebook.

**¿Cuándo usar Accom + 'The Customer Value Agency'?** En casos de **comunicación externa** en los que prime la 'oficialidad'. Ejemplo: clientes potenciales que no conocen nuestra filosofía empresarial, así como en la comunicación diaria con clientes actuales. Su uso en Redes Sociales será siempre profesional, como es el caso de LinkedIn.

**¿Cuándo usar exclusivamente Accom?** Cuando se trate de usarlo como representación de nuestra marca bien por estética (simplificación) o al hablar de Accom desde un punto de vista empresarial/institucional. Ejemplo: imagen de perfil en Redes Sociales, letreros, titulares...



### we + Accom

- Publicaciones en Instagram
- Publicaciones en Facebook
- Comunicados en Factorial
- Comunicados del mes en Youtube
- Paneles de reportes Data Studio Internos
- Merchandising oficina (Ej: papeleras)

### Accom + The customer Value Agency

- Firma email
- Tarjetas de visita
- Presentaciones externas (PPT/PDF)
- Publicaciones en LinkedIn
- Web (logos)
- Paneles de Reporting en Datastudio para clientes
- Ficha Google My Business
- Merchandising

### Accom

- Imagen Perfil RRSS
- Letreros oficiales
- Titulares
- Merchandising textil

## 2.6 Plantilla para firma en correo electrónico

Paula Gil Ocón / Creative Direction



paula.gil@we-accom.com



www.we-accom.com

**ACC**COM | THE CUSTOMER  
VALUE AGENCY

## 2.7 Uso correcto

Al usarse sobre un fondo con color, se usará siempre su versión en blanco #ffff:



Al usarse sobre un fondo blanco o negativo (negro), se utilizará siempre su versión con los colores corporativos:

#e50050 en el caso de 'We'. Para el nombre de la empresa #6abfaa, prestando especial atención a la composición de la **letra 'M'**, que además es símbolo de la marca: **los puntos son imprescindibles**, así como la combinación de ambas tonalidades. En el caso del claim, su cromatismo será #9D9D9C y deberá ir acompañado del logo por una línea vertical; nunca sin ella.



## 2.8 Uso incorrecto

- El logotipo no puede usarse ni en color, ni en negro sobre un fondo con color; **únicamente se puede usar en color blanco:**



- La 'M' siempre ha de llevar los puntos sobre ella:



- La 'M' siempre ha de llevar la combinación de ambos colores (fucsia y verde):



- El claim debe ir unido al logotipo por una línea vertical; nunca sin ella:

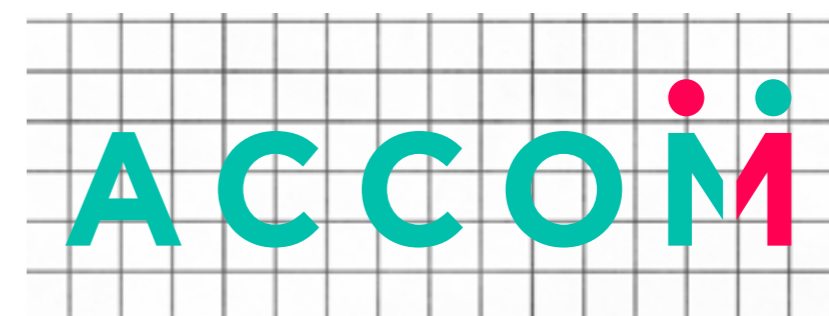
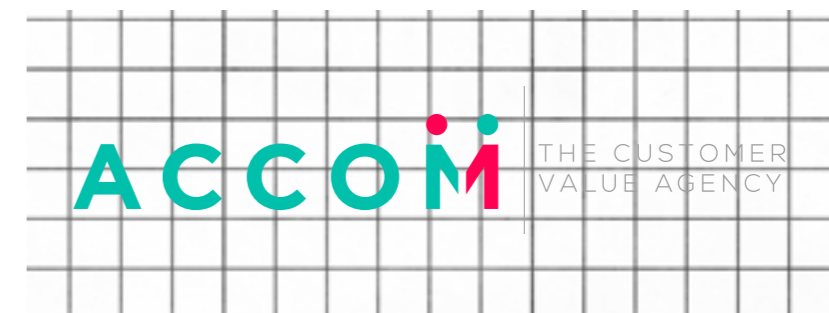
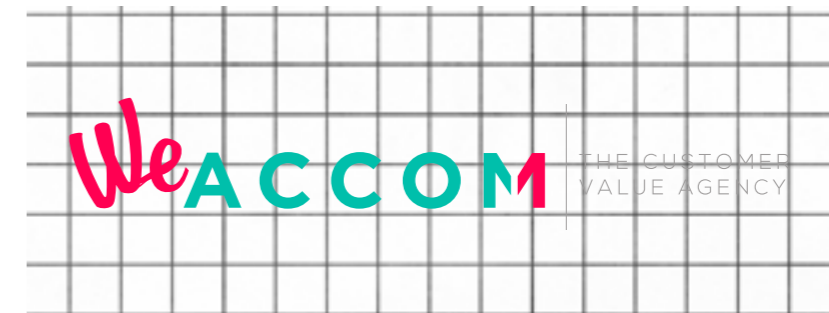


## 2.9 Tamaño mínimo de reducción

Offline: 27 mm

Web: 100 px

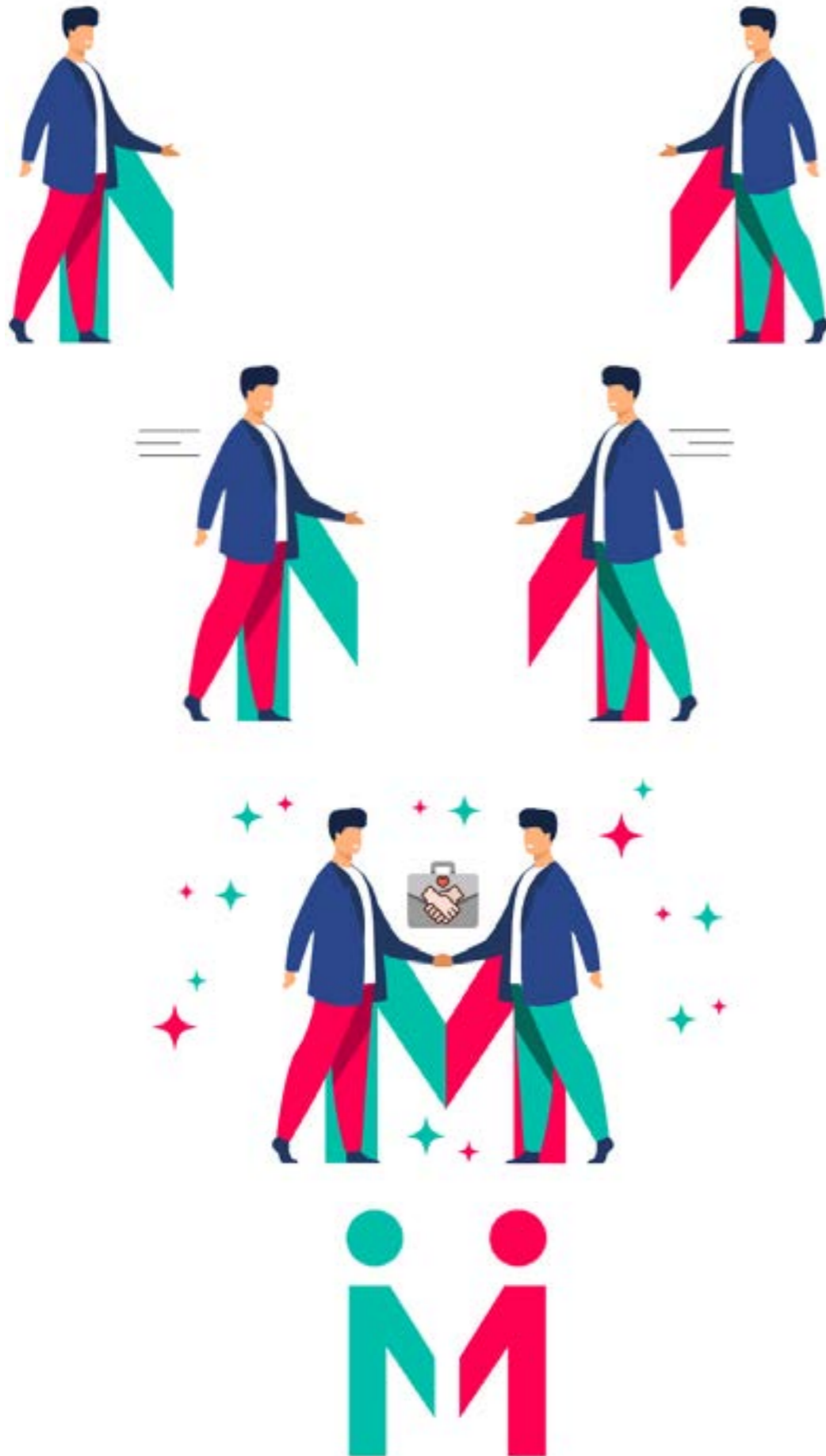
Siempre hay que dejar una distancia de seguridad de 2px:





## 2.19 La 'M' como símbolo

[https://dl.we-accom.com/emkt/accom/prueba-gif-accom\\_v2.mp4](https://dl.we-accom.com/emkt/accom/prueba-gif-accom_v2.mp4)



## 3. Cromatismo

### Colores principales

#### 3.1 Colores principales

#### 3.2 Colores secundarios



WEB.#6abfaa

CMYK: 60 0 41 0

RGB 106 191 170

WEB #e50050

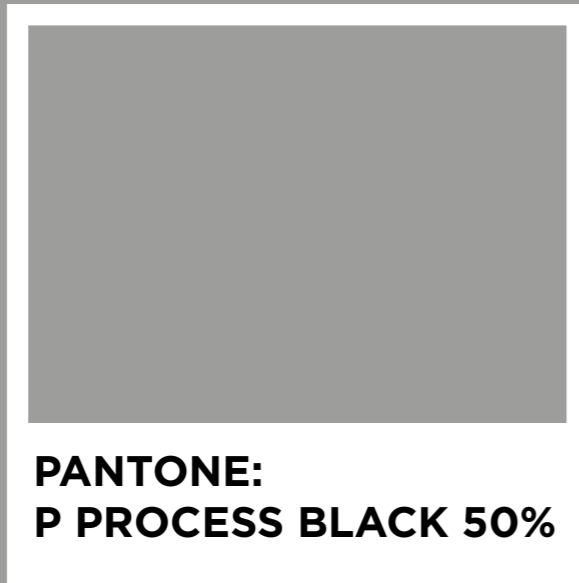
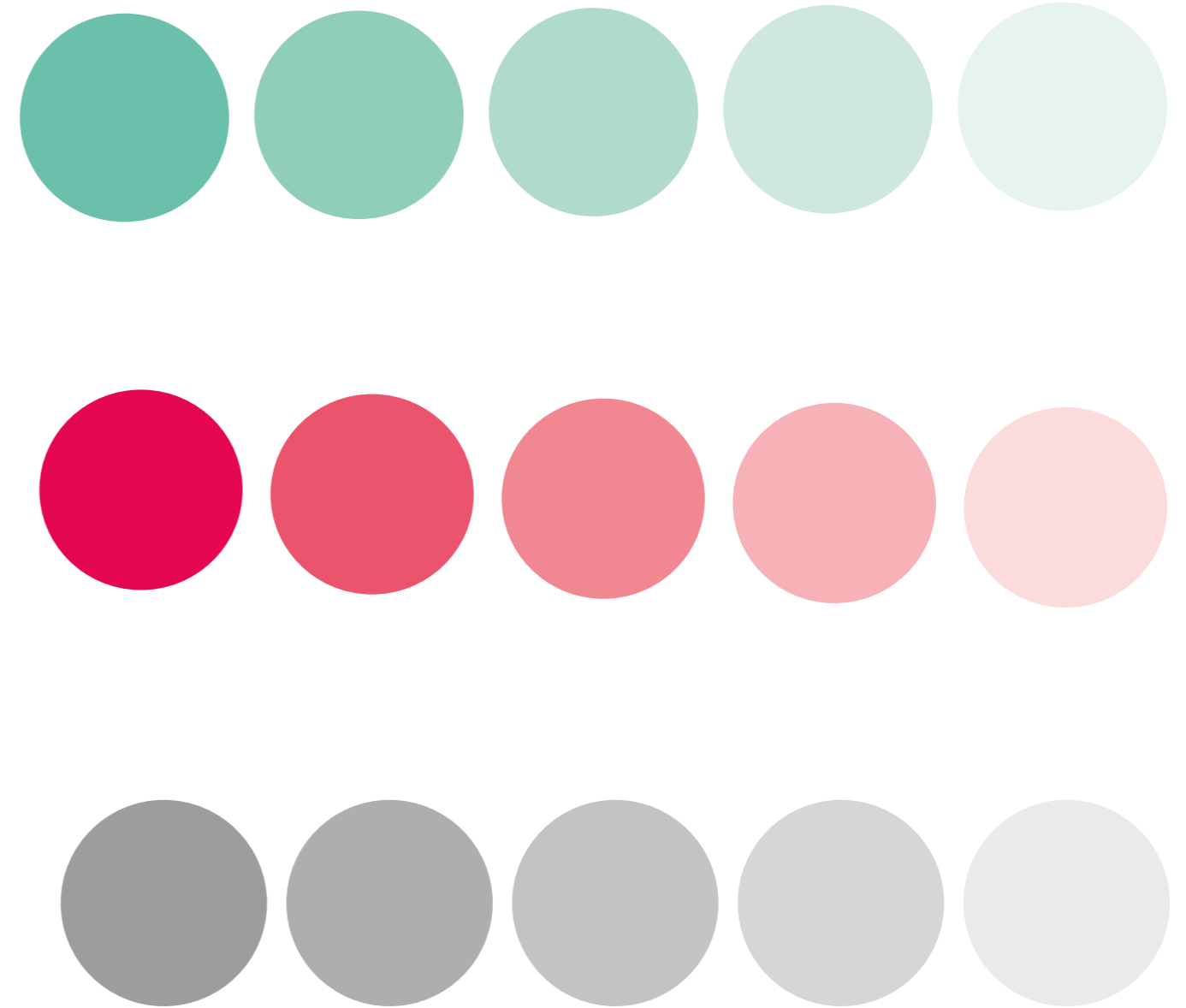
CMYK: 0 100 51 0

RGB: 229 0 80



PANTONE: P62-8C

### 3.2 Colores secundarios



PANTONE:  
P PROCESS BLACK 50%

WEB #9D9D9C    CMYK: 0 0 0 50    RGB: 157 157 156

PANTONE: P135-5C  
WEB: #6abfaa  
CMYK: 60 0 41 0  
RGB: 106 191 170

WEB: #91cdbb  
CMYK: 48 0 33 0  
RGB: 145 205 187

WEB: #b0dacc  
CMYK: 36 0 25 0  
RGB: 176 218 204

WEB: #cee7df  
CMYK: 24 0 16 0  
RGB: 206 231 223

WEB: #e7f3f0  
CMYK: 12 0 8 0  
RGB: 231 243 240

PANTONE: P62-8C  
WEB: #e50050  
CMYK: 0 100 51 0  
RGB: 229 0 80

WEB: #ea556c  
CMYK: 0 79 41 0  
RGB: 234 85 108

WEB: #f08891  
CMYK: 0 59 30 0  
RGB: 240 136 145

WEB: #f6b2b6  
CMYK: 0 40 20 0  
RGB: 246 178 182

WEB: #fbdadb  
CMYK: 0 20 10 0  
RGB: 251 219 219

# 4. Tipografía

## Fuentes

### 4.1 Tipografía principal

### 4.2 Tipografía secundaria

La tipografía principal es **Gotham**. Sin embargo no se recomienda su uso en aplicaciones de la marca, ya que al ser una variación del logotipo, quitará fuerza y protagonismo al mismo.

La tipografía secundaria, usada en su página web y en el resto de aplicaciones es **Nunito Sans**, debido a su legibilidad y estética moderna.

PANTONE: P PROCESS BLACK 50%  
 WEB #9D9D9C  
 CMYK: 0 0 0 50  
 RGB: 157 157 156

WEB: #b0aeae  
 CMYK: 32 25 26 8  
 RGB: 176 174 174

WEB: #c4c3c3  
 CMYK: 24 18 19 6  
 RGB: 196 195 195

WEB: #c4c3c3  
 CMYK: 16 12 13 4  
 RGB: 214 213 213

WEB: #ebebec  
 CMYK: 8 6 6 2  
 RGB: 235 235 236

## 4.1 Tipografía Principal

Gotham Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Gotham Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



*Gotham Book Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*



Gotham Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Gotham Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Gotham Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## 4.2 Tipografía secundaria

Nunito Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Nunito Sans Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Nunito Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Nunito Sans Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Nunito Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



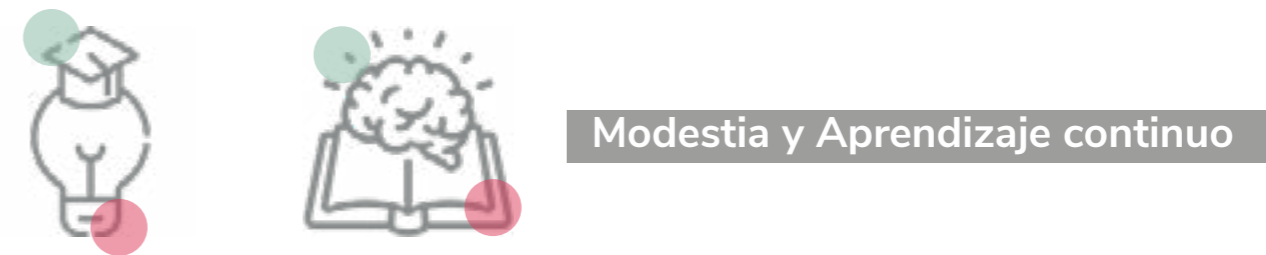
Nunito Sans Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

# 5. Infografía

- 5.1 Iconos representativos
- Valores corporativos
- 5.2 Bullet points

## 5.1 Iconos valores corporativos



## 5.2 Bullet points



# 6. Aplicación

- 6.1 Cartelería
- 6.2 Aplicación web
- 6.3 Merchandising
- 6.4 Papelería
- 6.5 Textil
- 6.6 Elementos de reciclaje













# ACCOÏ

THE CUSTOMER  
VALUE AGENCY

# The Customer Value Agency

---

ACC*OM*

THE CUSTOMER  
VALUE AGENCY

[www.we-accom.com](http://www.we-accom.com)  
Info @ [we-accom.com](mailto:we-accom.com)  
918 32 00 93

C/ Valverde, 13, 5ª planta, 28004, Madrid  
C/ Jacometrezo 15, 2ª planta, 28005, Madrid