/ BRAND
MANUAL /

"Smarter answers for your customers and employees"

CONTENIDO

01

Esencia de marca
Descripción
Naming y pilares de producto

02

Construcción
Construcción de marca
Rejilla
Logotipo e imagotipo
Área de seguridad y medidas mínimas
Tipografías
Esquema de color

03

Usos del logotipo
Variación de color
Usos correctos e incorrectos

04

Aplicaciones de la marca
Patrón/textura
Gráficos
Iconografía
Sección interactiva
Mockups

01 Esencia de la marca

DESCRIPCIÓN

QueriX emerge como una entidad visual para encarnar los valores fundamentales de la asistencia al usuario a través de la IA. Cada elemento, desde el nombre hasta el diseño visual, se ha concebido para transmitir la idea de una **asistencia virtual inteligente** y **ágil**, respaldada por la inmensa capacidad de **procesamiento de datos** y la dedicación a satisfacer las necesidades del usuario.

La imagen visual está meticulosamente diseñada para capturar la esencia de la **convergencia de millones de datos en un solo espacio.**

El eslogan ***"Smarter answers for your customers and employees"***, encapsula la promesa de brindar respuestas rápidas y de alta calidad a las necesidades del usuario.

NAMING

(/QüeriX/)

QueriX, evoca una sensación de **curiosidad** y **pregunta/respuesta**. Está compuesta, en primer lugar, por "Queri" del inglés "**query**" o "**search query**", concepto que se utiliza como **término de búsqueda**. En segundo lugar, la "**X**" constituye la gran **incógnita**, aquello que el usuario **quiere resolver**.

PILARES DE PRODUCTO

Conveniencia / seguridad / escalabilidad / contexto

---

02 Construcción de la marca

CONSTRUCCIÓN DE MARCA

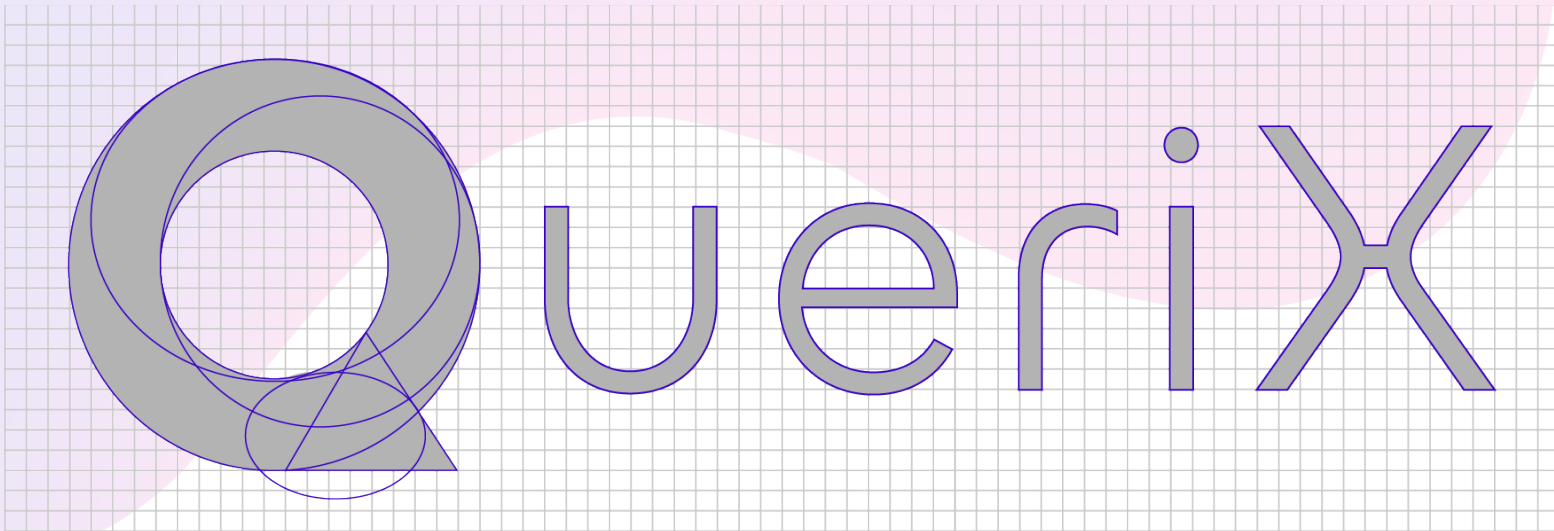
El concepto de **torbellino de datos** es la base para entender el diseño visual de QueriX. Gracias a la redondez que aporta la primera letra de su Naming, la "Q" se convierte en la protagonista. En ella se representa la **conversión de millones de datos en un mismo espacio.**

Además, la cola que posee la "Q", se ha diseñado de tal forma que evoque la construcción de un **cuadro de diálogo**, tales como aparecen en los **chatbot de asistencia virtual,** representando la comunicación entre asistente y usuario.

Otro de los elementos a destacar es la presencia mayúscula de la "X", que gracias a la intersección de sus astas puede descifrarse como la **unión** entre **Inteligencia artificial** e **Inteligencia Humana.**

En general, la inclusión de elementos visuales como líneas limpias y formas geométricas y degradados recuerdan a la **tecnología.**

REJILLA



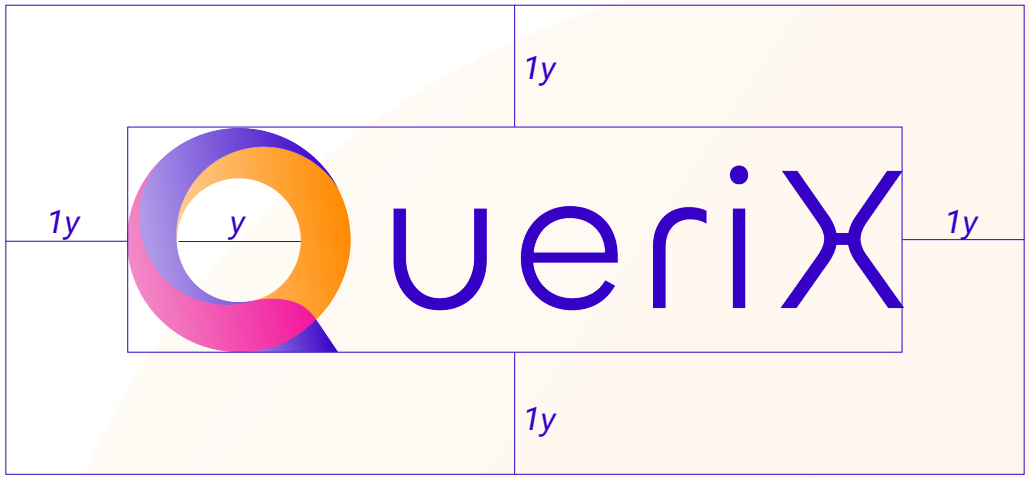
El **cuerpo** de la letra viene dado por la propia tipografía **“chillax” en grosor “regular”**. Distinta es la contrucción de la “**Q**”, formada a partir de **intersecciones de formas geométricas tales como el círculo, el óvalo y el triángulo.**

LOGOTIPO

QueriX

IMAGOTIPO

ÁREA DE SEGURIDAD



Espaciado

MEDIDAS MÍNIMAS

Impresión: ***25 x 7 mm***

Online: ***70 x 20 px***

TIPOGRAFÍAS

La tipografía es **moderna** y **legible**, tanto la principal como la secuandaria, asegurando que la **comunicación con el usuario sea clara y efectiva.**

Títulos

CHILLAX / Semibold
/Asistente virtual QueriX/

Subtítulos

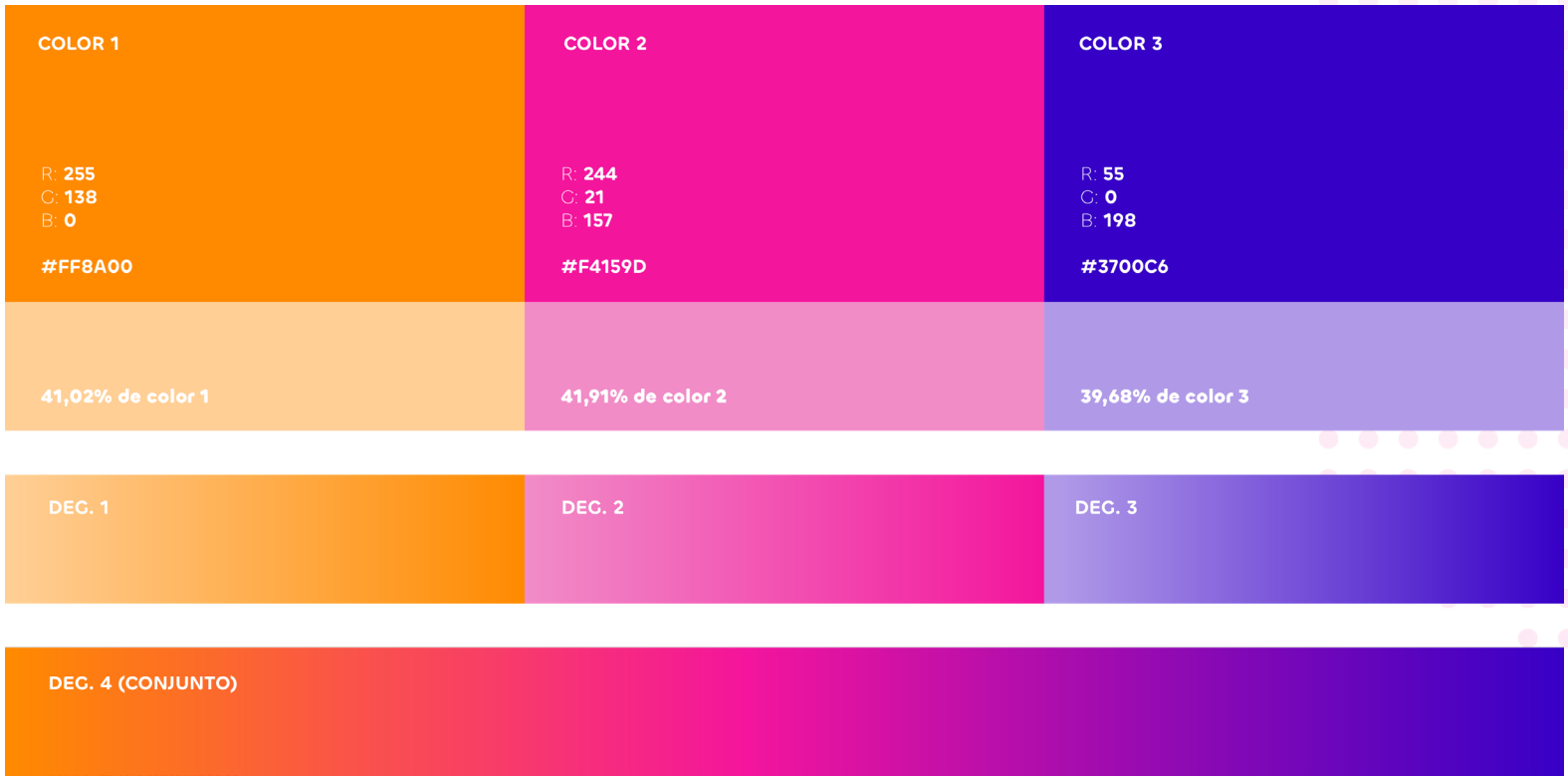
CHILLAX / Medium
/Asistente virtual QueriX/

Cuerpo

Roboto Flex / Regular
Vitaquias de pa voluptas adi dendenia sam in nonsequ ibusdanti quosam, te pa vollabor mo doluptatium ide iureperuptas et aut reptatquat quam int.Tem a eius et, quamus amenit, tem fugit fugiam que quiaesciae pa consed est etus, optinvenis sam, aut abor as at.

ESQUEMA DE COLOR

Los colores elegidos son tonos vibrantes y modernos, transmiten **energía** y **vitalidad**, sugiriendo un enfoque **fresco** y **dinámico** hacia la **resolución de problemas** y la **satisfacción del cliente**. El uso de degradados refelejan **transformación**, en coherencia con la **constante evolución** de la tecnología y la Inteligencia Artificial.



03 Usos del logotipo

VARIACIÓN DE COLOR

Sobre ***fondo plano***

Sobre ***fondo degradado***

Sobre ***imagen***

USOS INCORRECTOS

***Desplazamiento**. No puede achatarse, estirarse o alargare diagonalmente.*

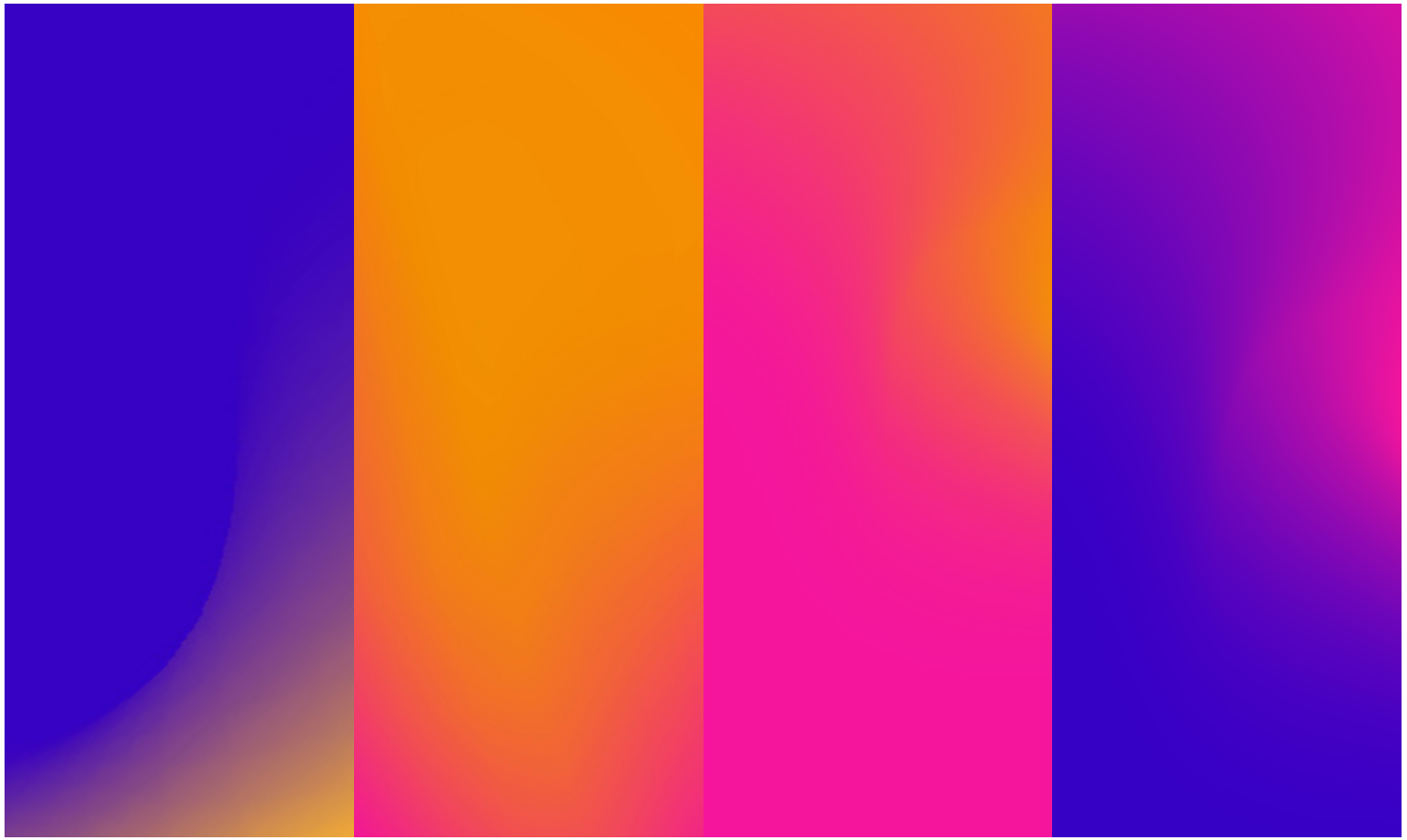
***Color plano**. No cambiar el color por ningún otro color ya sea corporativo o no.*

***Color degradado**. No cambiar el color por ningún otro color ya sea corporativo o no.*

***Trazo**. No susituir el relleno por el trazo, ya sea un color corporativo o no.*

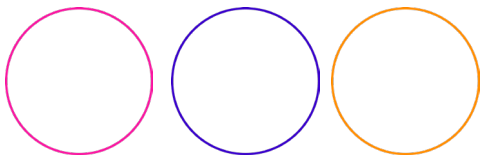
04 Aplicaciones de marca

PATRÓN TEXTURA



Malla de degradados

GRÁFICOS

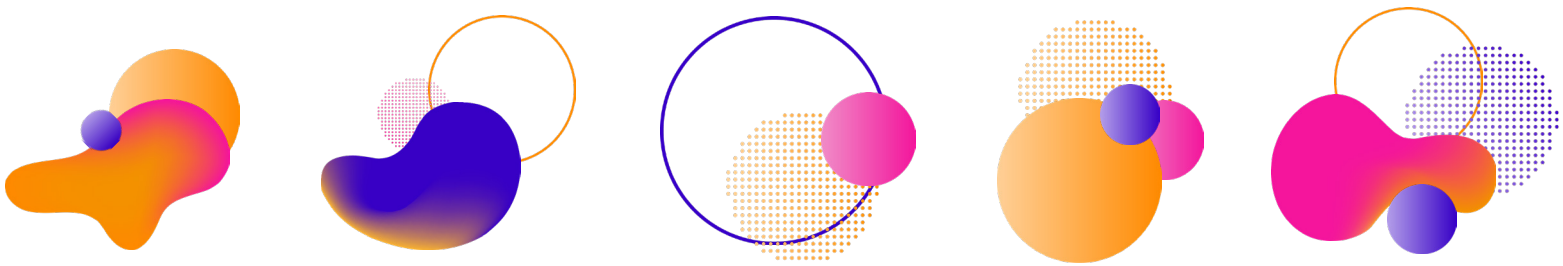


Círculos

Mapa de datos

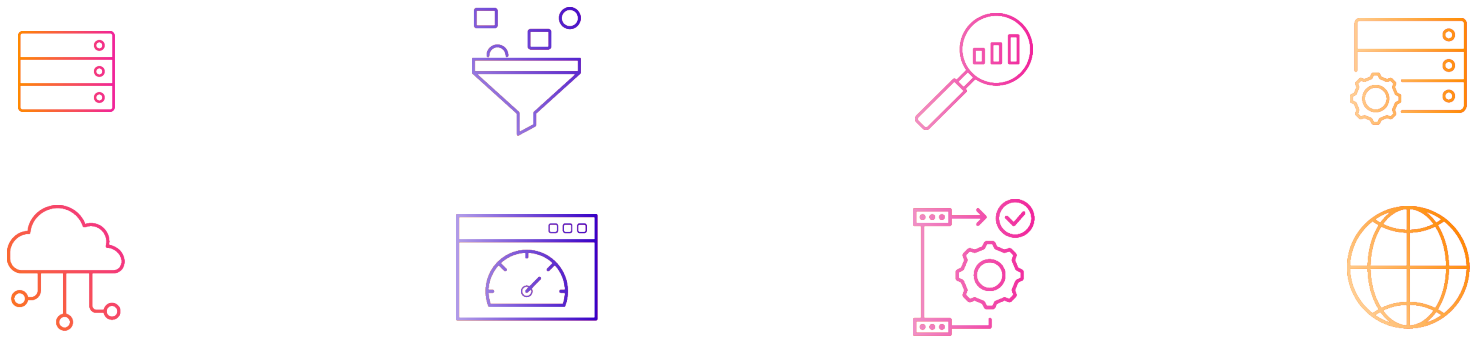
Esferas

Mallas de transición de color



Posibles combinaciones

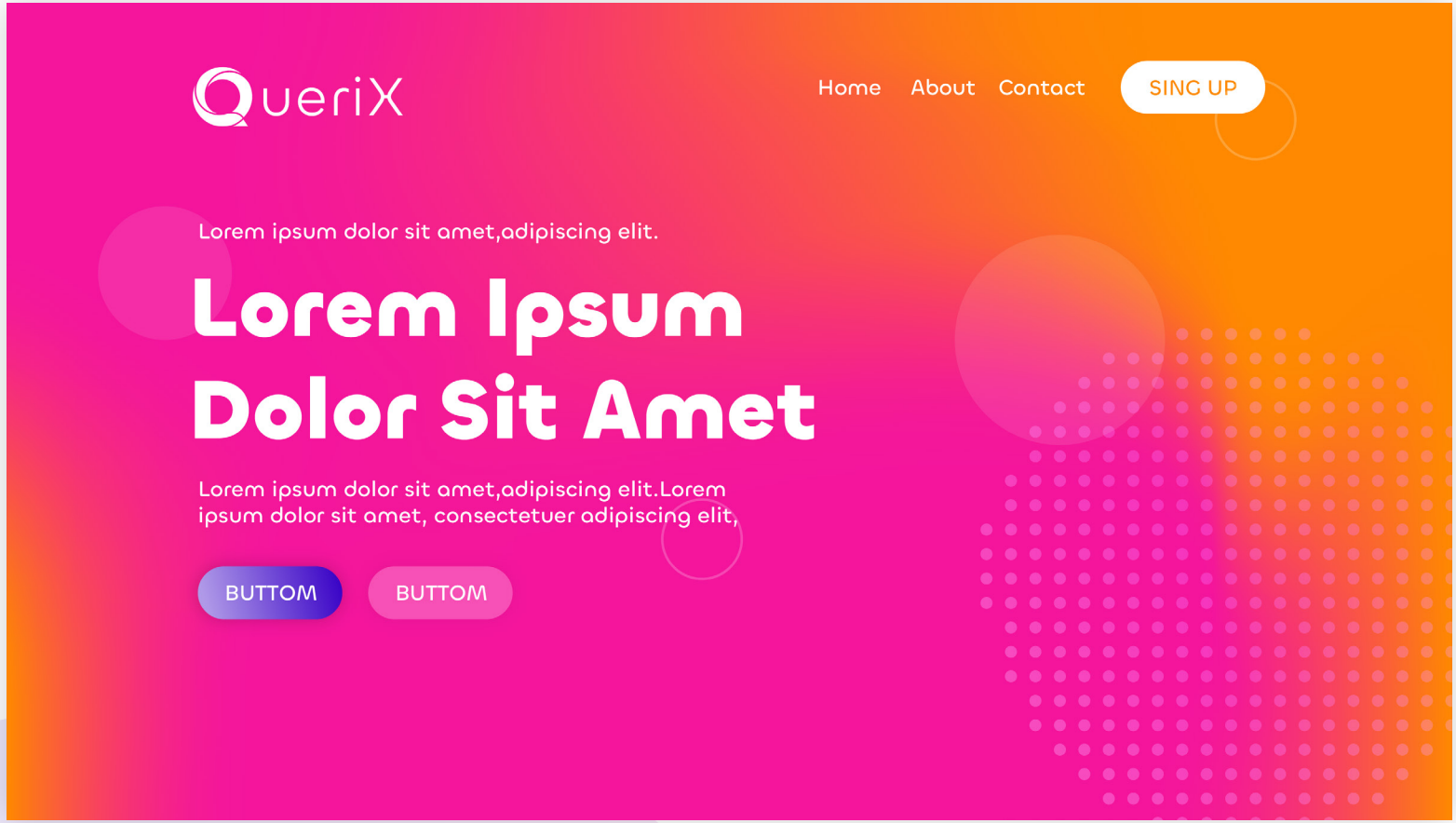
ICONOGRAFÍA



Lineal

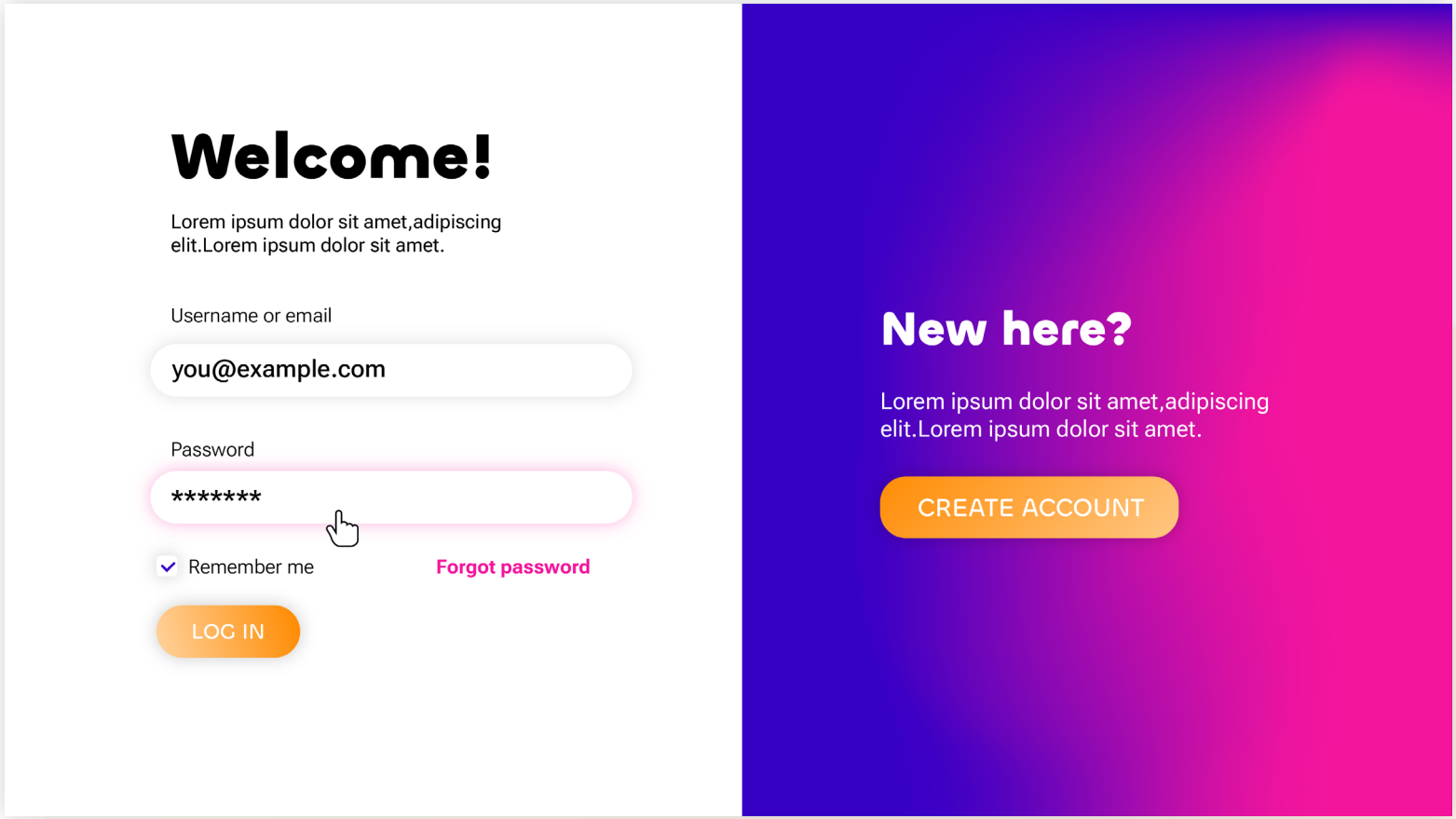
Relleno

SECCIÓN INTERACTIVA (1/5)



BUTTOM BUTTOM

SECCIÓN INTERACTIVA (2/5)



you@example.com

****

CREATE ACCOUNT

SECCIÓN INTERACTIVA (3/5)

FEATURES

Lorem ipsum dolor sit amet,adipiscing elit.Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer dolor sit amet, consectetuer.

Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer dolor sit amet, consectetuer.

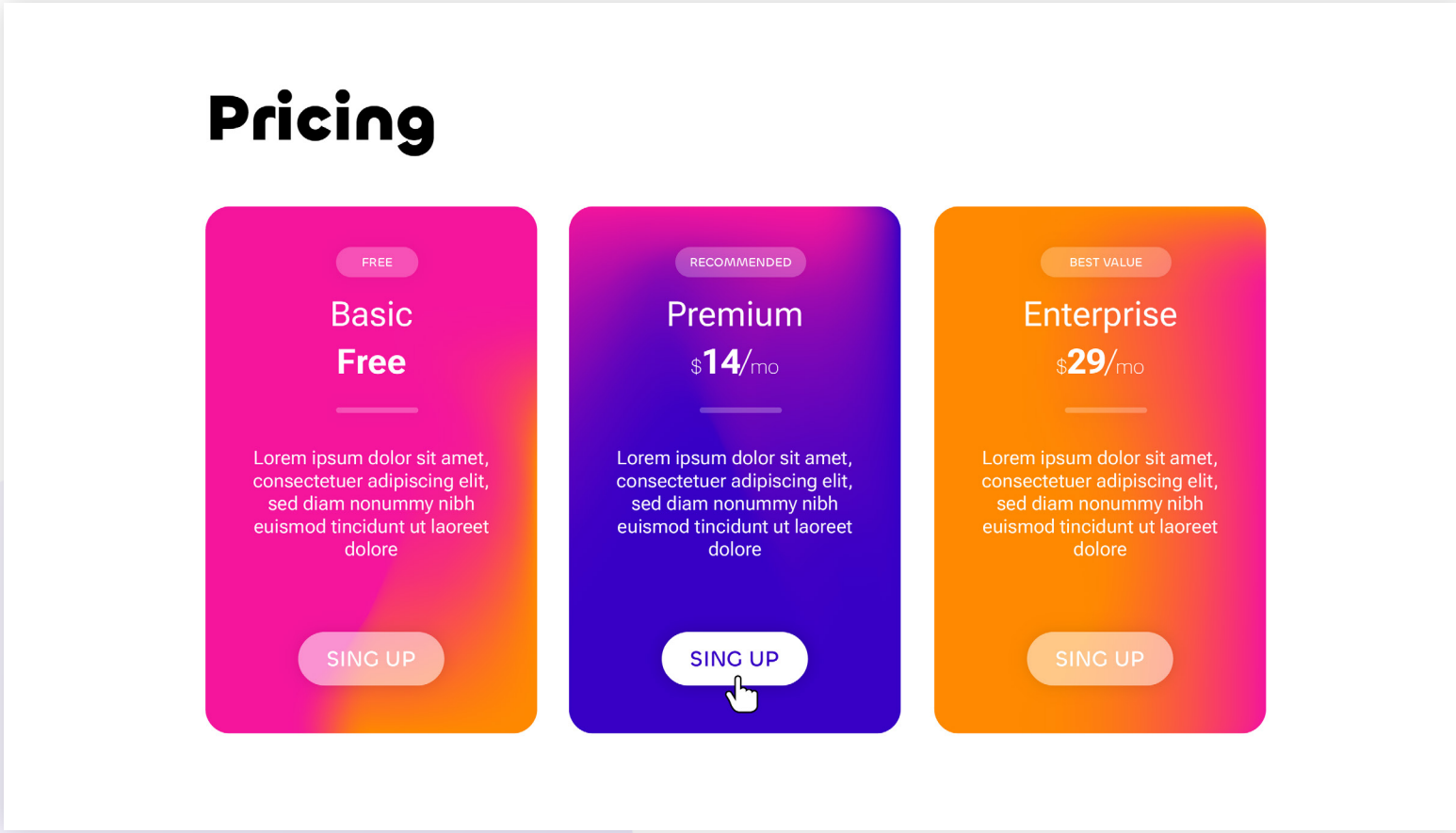
Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer dolor sit amet, consectetuer.

Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer dolor sit amet, consectetuer.

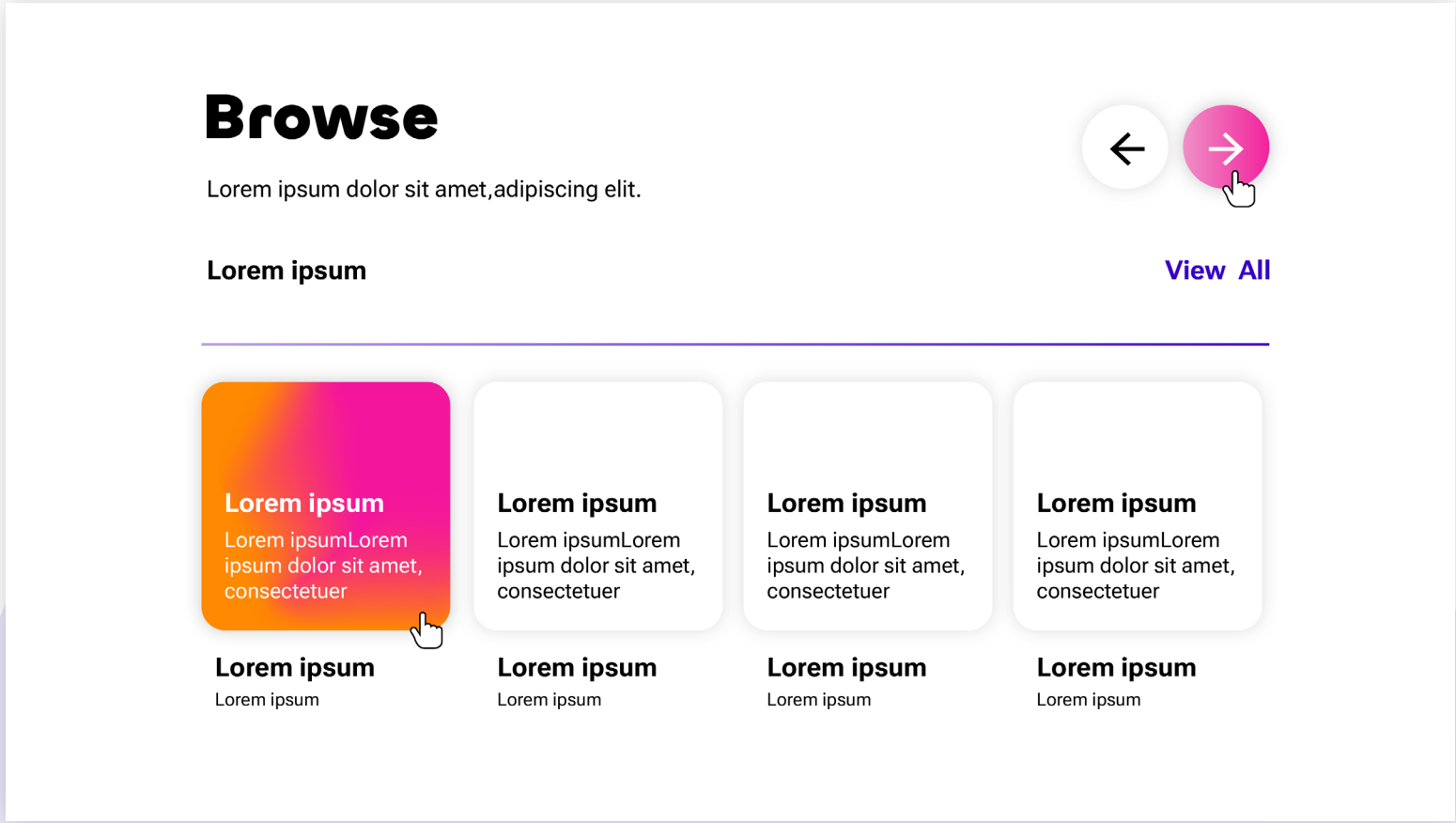
SECCIÓN INTERACTIVA (4/5)



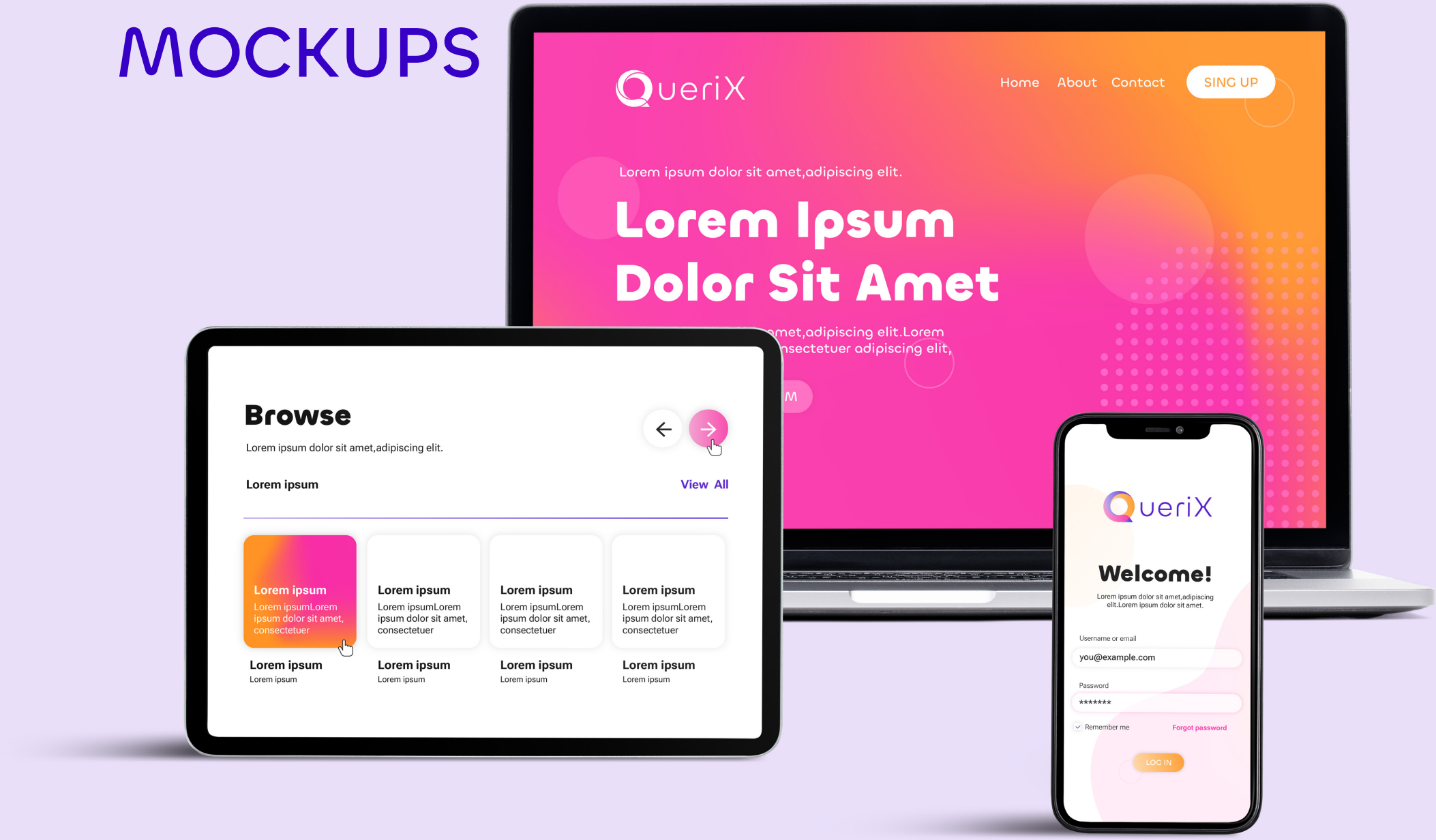
SING UP

SING UP

SECCIÓN INTERACTIVA (1/5)



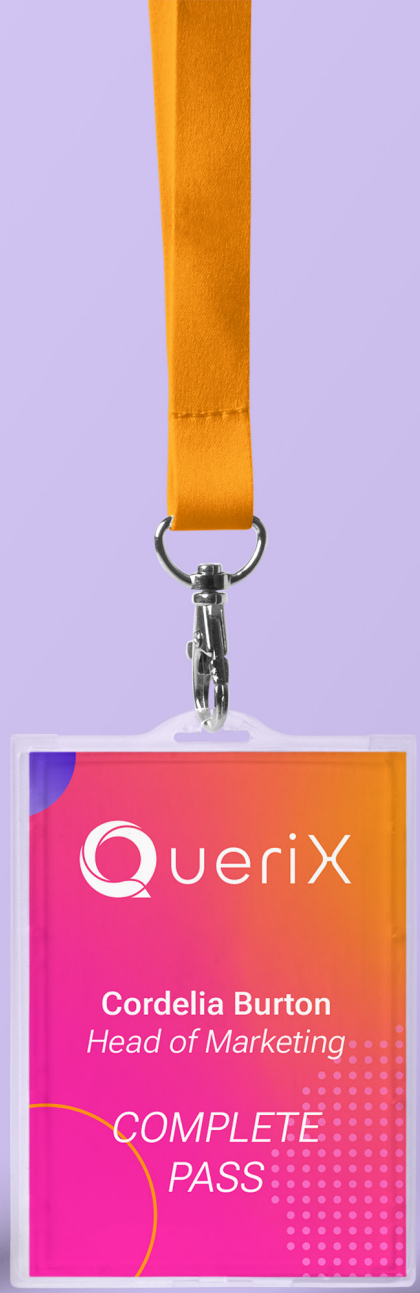
MOCKUPS


QueriX
Home
About
Contact
SING UP
Lorem ipsum dolor sit amet,adipiscing elit.
Lorem Ipsum
Dolor Sit Amet
Browse
Lorem ipsum dolor sit amet,adipiscing elit.
Lorem ipsum
View All
Lorem ipsum
Lorem ipsumLorem ipsum dolor sit amet, consectetuer
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Welcome!
Lorem ipsum dolor sit amet,adipiscing elit.Lorem ipsum dolor sit amet.
Username or email
you@example.com
Password
****
Remember me
Forgot password
LOG IN

QueriX

QueriX

QueriX
Cordelia Burton
Head of Marketing
COMPLETE
PASS


QueriX
Cordelia Burton
Head of Marketing
COMPLETE
PASS

QueriX