



Manual de Estándares de la Marca

Tabla de Contenidos

Plan de Acción de la Marca	3
El Logo de BNI	4
Colores de la Marca	6
Uso Apropiado del Logo	7
Combinación del Logo con el Nombre del Grupo/Región	8
Lineamiento de la Composición del Logo	9
Uso de imágenes	10
Uso Inapropiado del Logo	11
Logo Secundario de BNI	12
Fuentes	14
Súper Gráficos	15
Uso de los Súper Gráficos	17
Estilo de Foto	19
Plantilla	22
Tarjetas de Presentación	22
Gafetes	23
Membrete para A4	24
Firma de correos electrónicos	25
Banner de los Grupos	26
Power Point	27
Pines de BNI	28
Artículos Promocionales	29



Plan de Acción

Cliente Meta

PRIMARIO

Empresas que estén buscando nuevos clientes en su zona inmediata.

SECUNDARIO

Empresas que estén buscando nuevos clientes en otras regiones y países.

OPORTUNISTA

Líderes de empresas que estén buscando más sentido en sus vidas.

Nuestra Visión

Changing the way the world does business®

Nuestro propósito

BNI ofrece a los miembros-empresas la oportunidad de tener nuevos clientes.

Nuestros valores fundamentales

- Givers Gain® • Aprendizaje de Por Vida • Tradición e Innovación • Actitud Positiva
- Construir Relaciones • Rendición de Cuentas • Reconocimiento

Posicionamiento de la Marca

Para los dueños de empresas y líderes que estén buscando nuevas oportunidades de negocios, BNI es el socio comercial que ayuda a construir relaciones basadas en la confianza que generan referencias para lograr un crecimiento sustentable.

Personalidad de la Marca

- Profesional • Positiva • Acogedora • Enérgica • Confiable • Amigable • Divertida • Empática

Filosofía de la Marca

Givers Gain®

Diferenciadores

- La Red de Negocios Internacional Más Grande • Más de 70 países • Más de 270 000 miembros
- Más de 35 años de experiencia • Sistema estructurado probado • Dr. Ivan Misner • Estupenda cultura

Propuesta de la Marca

El Sistema de BNI fomenta relaciones sólidas que generan nuevos clientes.

Beneficios de los Miembros

racional = relaciones, referencias, desarrollos personal, renovación, crecimiento.

emocional = sentido de pertenencia, confianza, esperanza, optimismo, orgullo.

El Logo de BNI

El logo de BNI en negrita es un diseño personalizado de la fuente para lograr una imagen clara y actual con un poderoso impacto visual.

El rojo es un color poderoso. Representa energía física y acción, confianza, coraje y liderazgo. La diagonal blanca en la "I" representa el crecimiento profesional y personal del miembro.



El Logo de BNI

El área "a" indica la medida igual al espacio entre las letras "N" e "I" junto con el ancho de la letra "I".



Colores de la Marca

El color primario de BNI es el Rojo BNI.
El gris plata se usa como color secundario de la marca cuando es necesario.

El Logo de BNI

Rojo BNI



Digital: Hex #C8102E
Impresión: CMYK 0, 100, 80, 5
PMS: Pantone 186
RGB: 200 16 46

True White

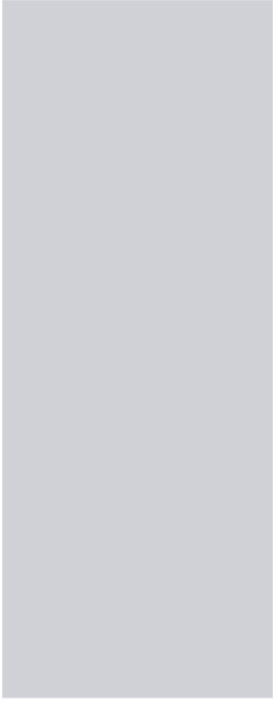


Power Black



Elementos Secundarios

Gris Plata (Sterling Grey)

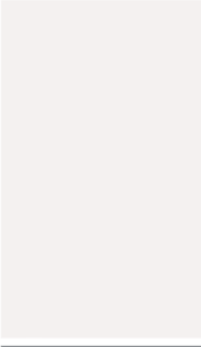


Digital: Hex #C8C9C7
Impresión: CMYK 18, 13, 10, 0
PMS: Pantone Cool Grey 3
RGB: 200 201 199

Granite Grey



Sterling Light Grey



Digital: Hex #C8102E
Impresión: CMYK 0,
0 0 0
RGB: 255 255 255

Digital: Hex #000000
Impresión: CMYK 0, 0, 0, 100
PMS: Pantone Process Black
RGB:

Digital: Hex #63666A
Impresión: CMYK 57, 46,
40, 25
PMS: Pantone Cool Grey
10 RGB: 99 102 106

Digital: Hex #F5F7F7
Impresión: CMYK 3, 3,
0
PMS: Pantone Cool Grey 3 / Opaddad
20 RGB: 245 247 247

Uso Apropiado del Logo

Usar el logo de BNI en todos los materiales de marketing.



El logo **siempre se debe usar con el BNI** en color rojo cuando el fondo es blanco o tiene una imagen brillante.

*En ocasiones, se pueden utilizar versiones en blanco y negro del logotipo.



Usar el logo negro claro sobre material impreso que sea en blanco y negro.



Usar el blanco - el logo con el fondo rojo, oscuro o negro invertido. El logo debe ser transparente.



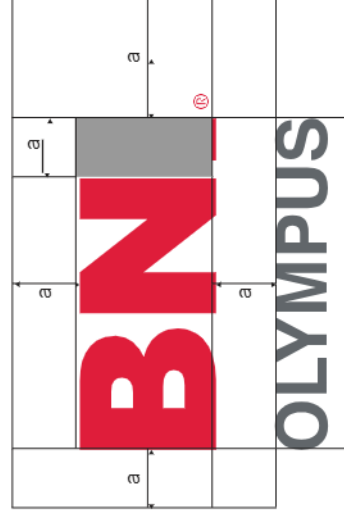
Uso Apropiado del Logo

Combinación del Logo con el Nombre del Grupo / Región

Cualquier palabra con el Logo de BNI que indique el nombre de un Grupo/Región deberá ser colocada debajo del área "a" tal como se muestra en el logo mismo.

En caso de combinar el nombre del Grupo/Región + el Logo de BNI, el nombre deberá ser usado de la siguiente forma:

- siempre en color Gris Granito
- sin ninguna descripción debajo del logo
- respetando el área libre "a" debajo del logo
- siempre alineado de izquierda-derecha del logo



BNI®
OLYMPUS

BNI®
PROVIDENCE PARTNERS

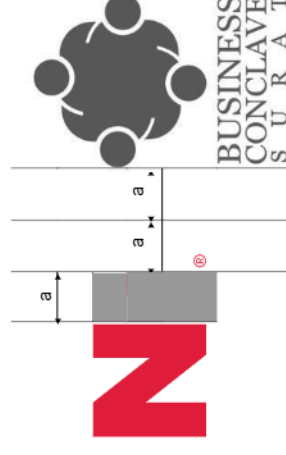
Uso Apropiado del Logo

Lineamientos de la Composición del Logo

Hay solo un símbolo de marca en BNI, el logo de BNI. Cualquier otro diseño deberá ser evitado para garantizar la máxima exposición y reconocimiento de la marca BNI.

En caso de que se necesite específicamente combinar el logo de BNI con cualquier otro diseño, los siguientes parámetros deben cumplirse:

- Los logos compuestos pueden ser horizontales o verticales como aparecen debajo.
- El logo de BNI deberá aparecer en colores primarios.
- Cualquier otro diseño del logo debe estar en Granite Grey (Gris Granito).
- La composición del logo siempre deberá usar una línea divisora tal como se muestra debajo.
- La distancia entre el logo de BNI, la línea y el diseño debe seguir los siguientes lineamientos:



Uso Apropiado del Logo

Uso en imágenes

Cuando se necesita usar el logo sobre un fondo requerido, solo usaremos los colores primarios de la marca —BNI en Rojo— tal como aparece debajo.

Cuando la imagen tenga elementos oscuros donde debe colocarse el logo, se usa la versión blanca del logo.



Uso Inapropiado del Logo



NO hacer versiones del logo "sombreadas", tenues o como marcas de agua.



NO colocar el logo en una copia.



NO componer nuevamente las iniciales de BNI para el uso del logo.



NO modificar los colores del logo.



NO alterar las relaciones proporcionales de los elementos del logo.



NO cambiar la orientación del logo.



NO distorsionar o alterar las proporciones del logo.



NO agregar nada al logo.



NO colocar bordes en las versiones del logo.



NO modificar el color del fondo.



NO usar la versión negra sobre un fondo de color.



NO crear versiones delineadas del logo.



NO colocar el logo sobre un fondo con un patrón.



NO colocar un fondo con patrones dentro del logo.



NO crear logos "temáticos"



NO colocar el logo en un recuadro flotante.



NO agregar un eslogan, copias promocionales o un logo departamental inventado. (referencia con página 11)

Logo Secundario de BNI

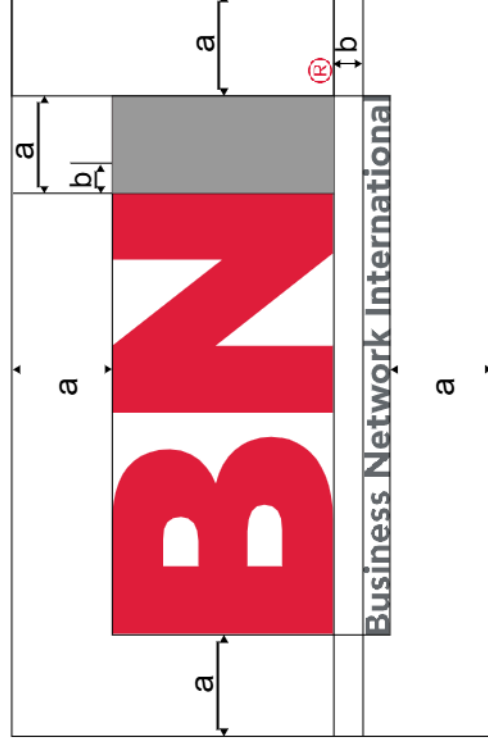
Para personas que no están familiarizadas con BNI, el logo de BNI será usado siempre con la descripción.



Logo Secundario de BNI

El área "a" indica la medida igual al espacio entre las letras "N" e "I" junto con el ancho de la letra "I".

El área "b" equivale al espacio entre las letras "N" e "I" únicamente.



Fuentes

La fuente oficial de BNI es **Helvética Neue**.

Debido a que esta ya no es una fuente estándar en Microsoft Office internacionalmente, la fuente **Arial** podrá ser usada como sustituto.

Las fuentes oficiales deben usarse en todos los materiales de mercadotecnia, presentaciones, material publicitario digital e impreso, capacitaciones y correspondencia.

Las fuentes ideales para el encabezado son Helvética Neue Bold o Arial Bold.

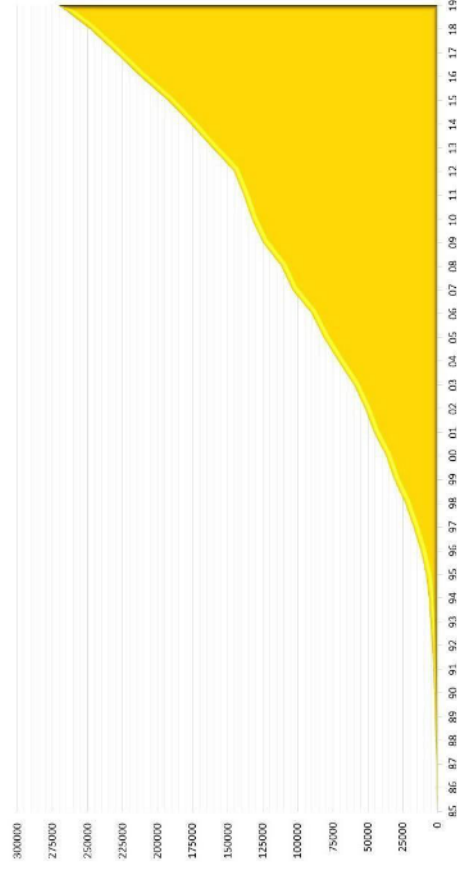
Formatos Aprobados de Helvética Neue	Formatos Aprobados de Arial
Helvética Neue Regular	Arial
<i>Helvética Neue Italics</i>	Regular
Helvética Neue Bold	<i>Arial Italics</i>
<i>Helvética Neue Bold</i>	Arial Bold
<i>Italics</i> Helvética Neue Light	<i>Arial Italics</i>
<i>Helvética Neue Light Italics</i>	

Súper Gráficos

Los Súper Gráficos de BNI representan el crecimiento de membresías de BNI desde 1985 al 2019. Además, representan el crecimiento de Miembros.

El color gris representa al nuevo Miembro encaminado y la construcción de relaciones de confianza. El rojo representa los negocios acelerados y el crecimiento personal.

Crecimiento de Miembros de BNI 1985-2018



Súper Gráficos

El Súper Gráfico es un elemento que está conectado con la esencia de la marca. El Súper Gráfico de BNI simboliza el crecimiento continuo y el desarrollo de la organización y de los miembros. Un Súper Gráfico puede ser usado en diversos diseños, tal como figura a continuación:

Primer Súper Gráfico



Segundo Súper Gráfico



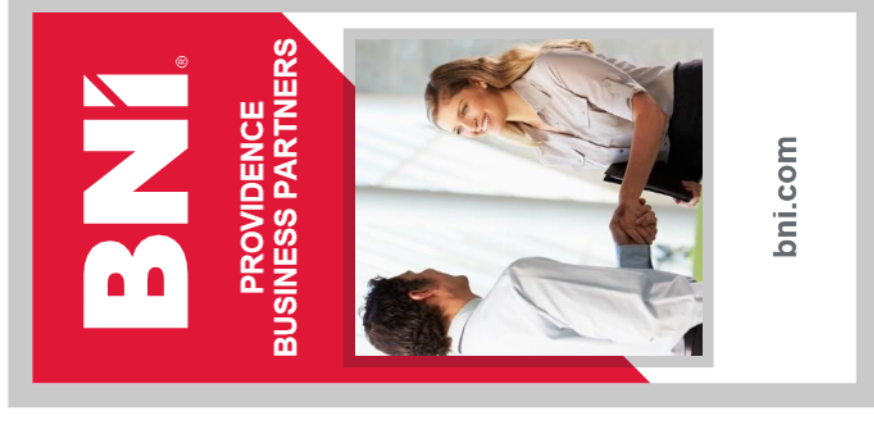
Súper Gráficos

Usos



Tipo 1

Imagen con SG 1



Tipo 2

Imagen con SG 2

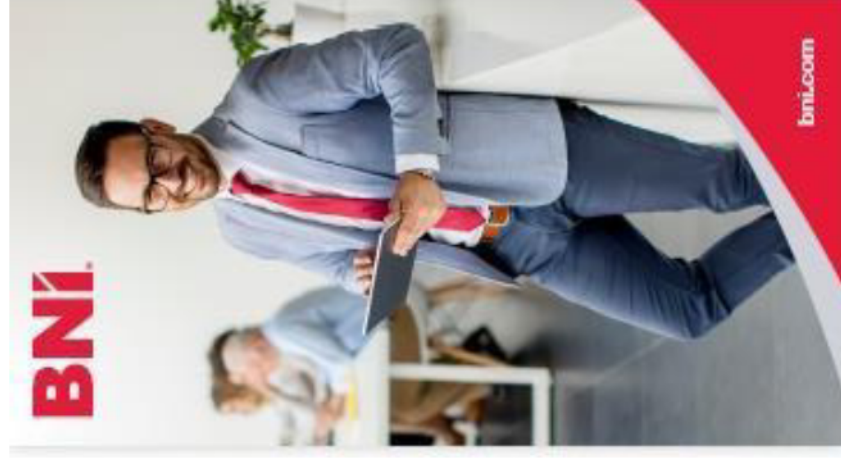
Súper Gráficos

Usos

SG 1
Formato Horizontal



SG 1
Formato Vertical



Estilo de Fotos

Nuestro estilo de fotos usa profundidad de campo para que el observador pueda enfocarse en los elementos que son importantes para contar una historia. El ambiente es normalmente la imagen de una reunión de Networking de BNI. Para evitar agrupación visual, el fondo debe tener un enfoque suave para

que el/los sujeto/s principales en el frente puedan tener un enfoque nítido. El efecto opuesto debe ser usado para llamar la atención de los observadores de los sujetos del fondo.

Profundidad de Campo



Fondo
Gente
Profundidad de campo
Brillante

Primer Plano
Profesional
Positiva
Acogedora
Comprometida
Confiable
Amigable
Empática

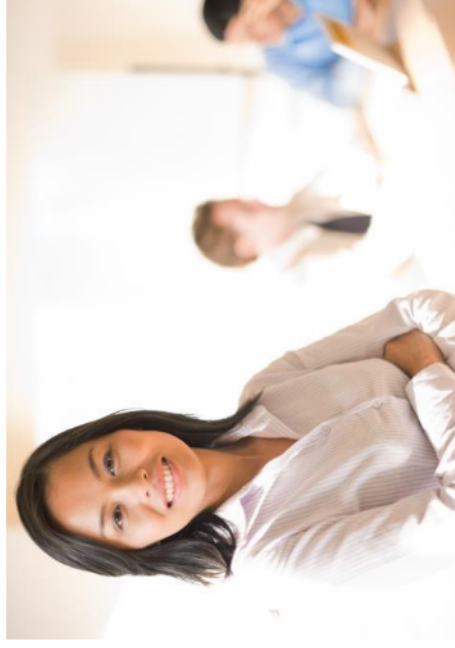
Estilo de Fotos

Ejemplos de Fotografías



Estilo de Fotos

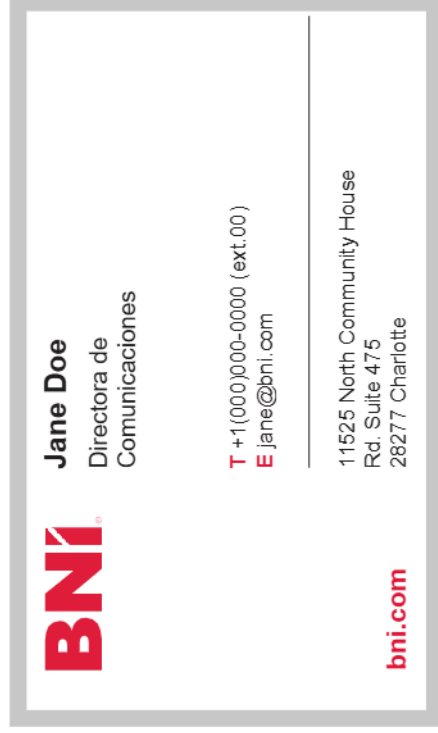
Ejemplos de Fotografías



Plantillas

Tarjetas de presentación

Lado A



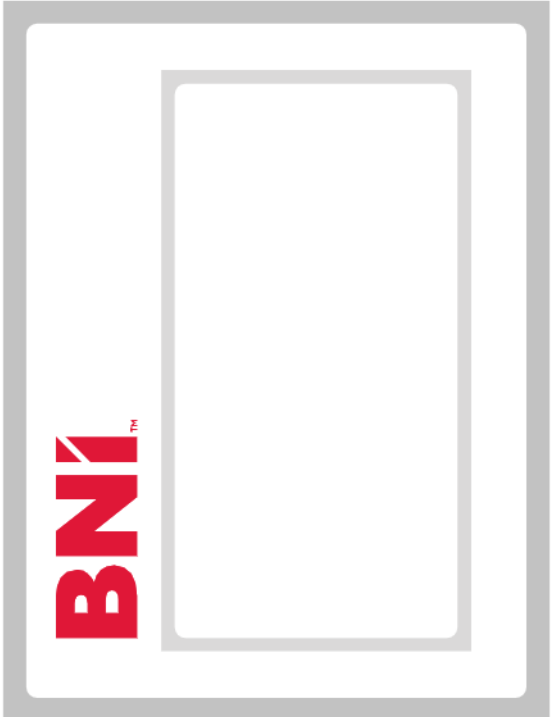
Lado B



Plantillas

Gafete de los Miembros

Versión 1

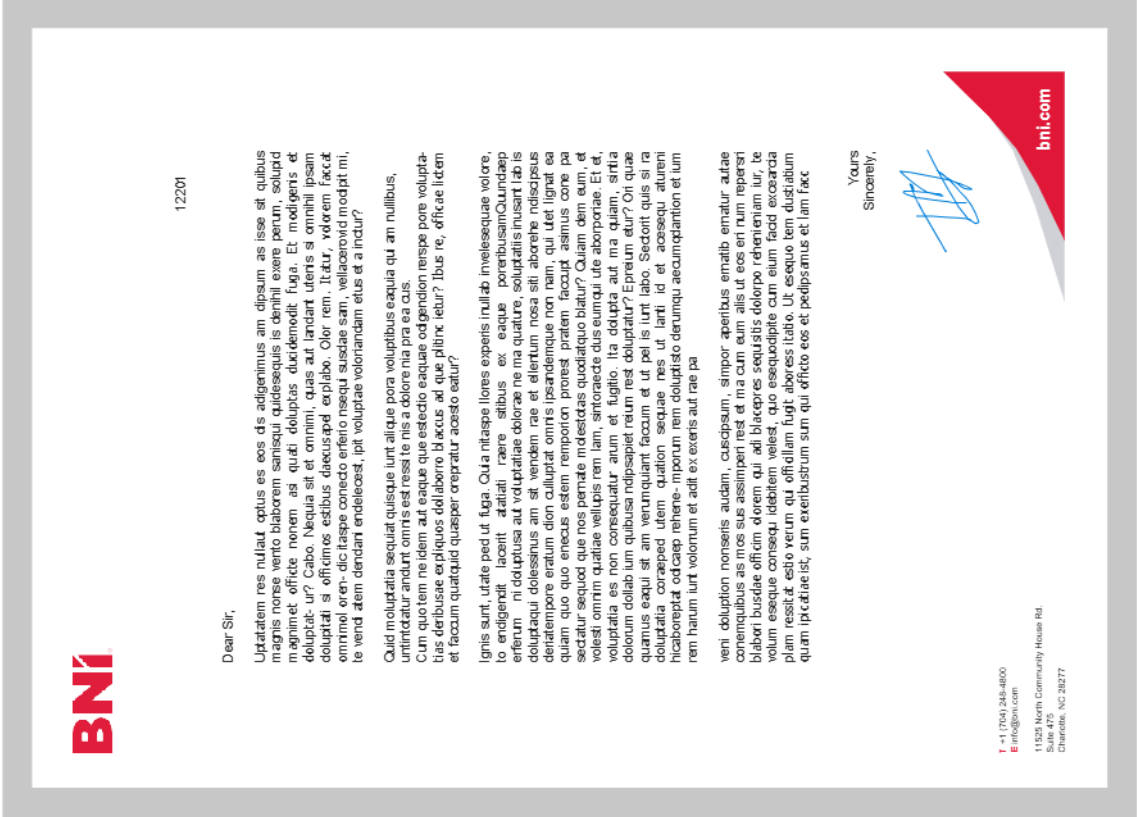


Versión 2



Plantillas

Membrete para A4



Plantillas

Firma del correo electrónico

Dear Will,

Thank you for sharing some information about writing a standard email. My name is Rasa nezhad. I'm from Iran. I'm an English teacher. In your profile, you mentioned you speak four languages and you are looking for another one to start learning. I recommend Persian. It's not easy to learn but it helps you to enter a unique culture, literature and community. I can honorably teach you. So , if you're interested, don't hesitate to let me know.

Best wishes

Jane Doe
Directora de Comunicaciones

T +1 (000) 000-0000 ext.00
E jane@bni.com



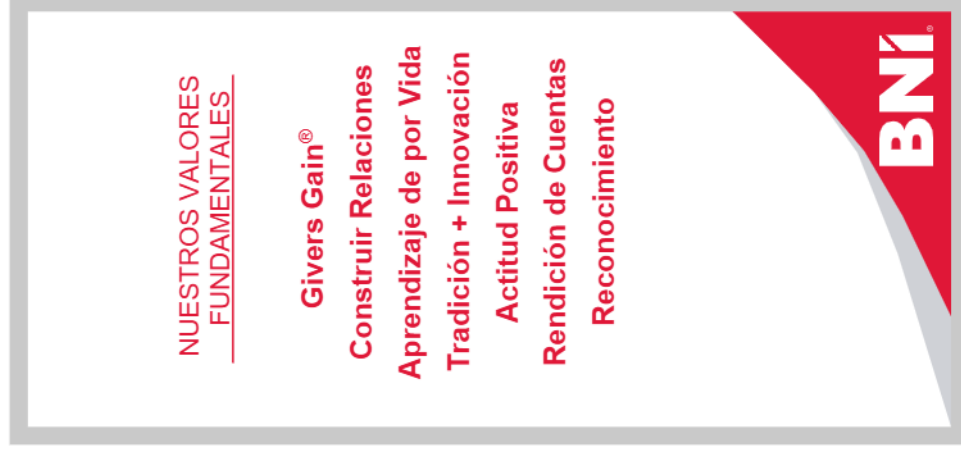
11525 North Community House Rd.
Suite 475
Charlotte, NC 28277

bni.com



Plantillas

Banner de los Capítulos



Plantillas

Power Point



Plantillas

Pines Esmaltados



Elementos Promocionales





En caso de preguntas sobre la marca,
por favor, comuníquese con branding@bni.com

