Sperlens

Siente tu propia Speriens

Siente tu propia Speriens

Siente tu propia Speriens

Siente tu propia Speriens

Poner **nombre** a una nueva bebida es una tarea muy importante de ello de depende su aceptación en la fase primaria, tanto para probarla como tanto como para seguir consumiéndola.

Al nombrar una bebida como esta, la nueva bebida del siglo XXI, es importante realizar un estudio profundo de las características que dicho nombre queremos que posea. En este caso el nombre se centra en ser llamativo, fácil de recordar pero sobre todo reconocible por todos y en todos lugares, por su futura proyección internacional, dado que es una bebida totalmente innovadora.

El nombre seleccionado es Speriens. Este nombre posee una clara conexión con la palabra experiencia. Se define experiencia como:

1.f. Hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo.
2. f. Práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo.
3. f. Conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas.
4. f. Circunstancia o acontecimiento vivido por una persona. [R.A.E.]

Pero Speriens no solo es reconocida en español, se escribe igual en catalán, gallego, portugués y checo. En inglés y francés experiencia es experience, al igual que en euskera es esperientzia, en italiano esperienza, maltes esperjenza y en rumano experienta.

Pero igual que podemos reconocer una palabra a su vez no significa nada, ya que es una palabra inventada, lo que da al producto personalidad y originalidad.

Cabe destacar el origen de dicho nombre, porque todo estas características nacen del estudio del nombre de la empresa creadora, al igual que una madre da el apellido a su hijo, Grupo Hespérides deriva para otorgar su nombre a su producto estrella, Speriens.

Veamos cómo deriva:

Hespérides → H E S P E R I D E S → H E **S P E R I** D **E S** → **S P E R I E S** → **Speriens**

El **logotipo** se podría definir con la propia firma de Sperines, como la seña de su identidad.

En este caso Speriens posee dos logotipos, uno primario y uno secundario derivado de la simplificación del primario. Esto es una herramienta normalmente usada cuando el logotipo primario posee un cierto grado de complejidad en su composición, y se requiere una simplificación para algunas aplicaciones.

Este logotipo es totalmente distinto de lo que podemos encontrar en las actuales bebidas. Posee un aspecto fácilmente reconocible y con aspecto novedoso y contemporáneo.

Los valores principales de nuestro logo son claramente transmitidos por una forma llamativa y fácilmente de reconocer. Estos valores son el de una bebida para el "grupo" y sus momentos, divertidos, variados, dinámicos, actuales, de la vida moderna, para todos ellos pero teniéndolos en cuenta por sus diferencias.

Los colores usados son el blanco y el negro, dos colores que al combinarlos ayuda a conseguir ese aspecto minimalista, simple, claro y novedoso. Y también se ha usado naranja en una mínima parte de dicho logotipo, justo en el contorno de la primera "S", que conforma el logotipo secundario.

El motivo de la utilización de esta pequeña seña de naranja es para sobretodo en el primer momento de aceptación y reconocimiento de la bebida, los clientes puedan reconocer que es una bebida de naranja con solo ver el logotipo. Pero no predomina para poder resaltar y adquirir una propia identidad separadamente del color de la bebida en sí, destacando que la botella propuesta es transparente y no es consecuente realizar un logotipo naranja que carezca de pregnancia ante el producto.

En cuanto a la forma cabe destacar que es un logo compuesto por la combinación de distintas figuras humanas superpuestas, que rodean el nombre de Speriens. Esta masa representa el "grupo" de personas, la comunidad, los amigos, los distintos tipos de caracteres y el dinamismo.

Por otro lado la S está girada 20º para llamar la atención con respecto las demás letras y también dar una mayor impresión de movimiento y de ascendencia. Esta "S" posee una textura interna que representa de una forma más abstracta las líneas separadoras entre los gajos de una naranja cuando se corta en la mitad. Estos dibujos están realizados en negro para no ser demasiado evidente, y no romper la línea minimalista que deseamos dentro de la complejidad del logotipo. Estas líneas se superponen a el contorno naranja, esta es una técnica empleada para llamar la atención, es como romper algún esquema que dicta que la textura del relleno no debe sobreponer el contorno de la letra, por ello conseguimos una imagen más rompedora e impactante, con más poder y energía. Además de ayudar a integrar la "S" en todo el conjunto.

La tipografía usada para todo el logotipo ha sido creada precisamente para este proyecto de dar identidad a Speriens. Posee la característica de ser en trazo similar a los trazos usado para realizar los personajes componentes del "grupo". Es una tipografía, clara y fácil de reconocer, agradable visualmente, con connotaciones positivas y de diversión.

El **eslogan** es "Siente tu propia Speriens".

Con este eslogan se pretende incitar a los consumidores a probar esta nueva bebida, dado que está en el principio de su lanzamiento y la gente debe sentir esa curiosidad por probar ese producto nuevo, al que se le incita a probar, haciéndole entender que al beberla experimentará sentimientos por el mismo, a su manera con esa bebida hecha a su medida para el disfrute de nuevas experiencias.