

# El día que me quieras.

Diseño de la identidad y branding para un Banco del Siglo XXI.  
Caso Galicia.

Lorenzo Shakespear. Director LSD. Argentina.

1 de julio de 2015

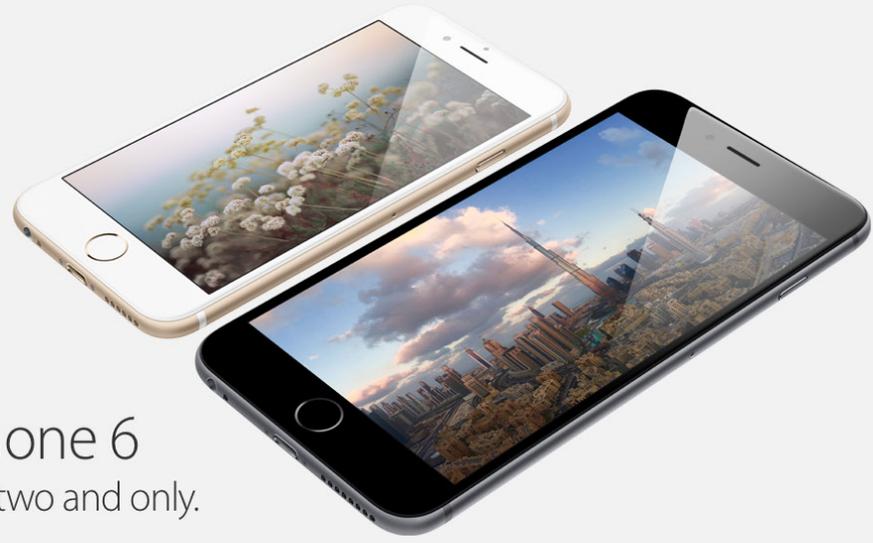
**CPMP | Card Meeting 10 > Asunción.**



**Toda intervención de diseño nace de una decisión estratégica.**

**La clave de la trascendencia de una marca moderna  
no es la oferta, ni el plan de negocios, ni la estrategia de mktng,  
ni la red de sucursales, ni el trabajo duro.  
Es la confianza.**

**El vínculo que plantea una estrategia de marca virtuosa define la primera interfaz de esa confianza.**



iPhone 6  
The two and only.





# Google

Google Search

I'm Feeling Lucky

Google.com.ar offered in: [Español \(Latinoamérica\)](#)

# VICTORIA'S SECRET





**Los humanos estamos motorizados por la emoción,  
no por la razón.**  
Kevin Roberts.



*Coca-Cola* |   
WORLDWIDE PARTNER

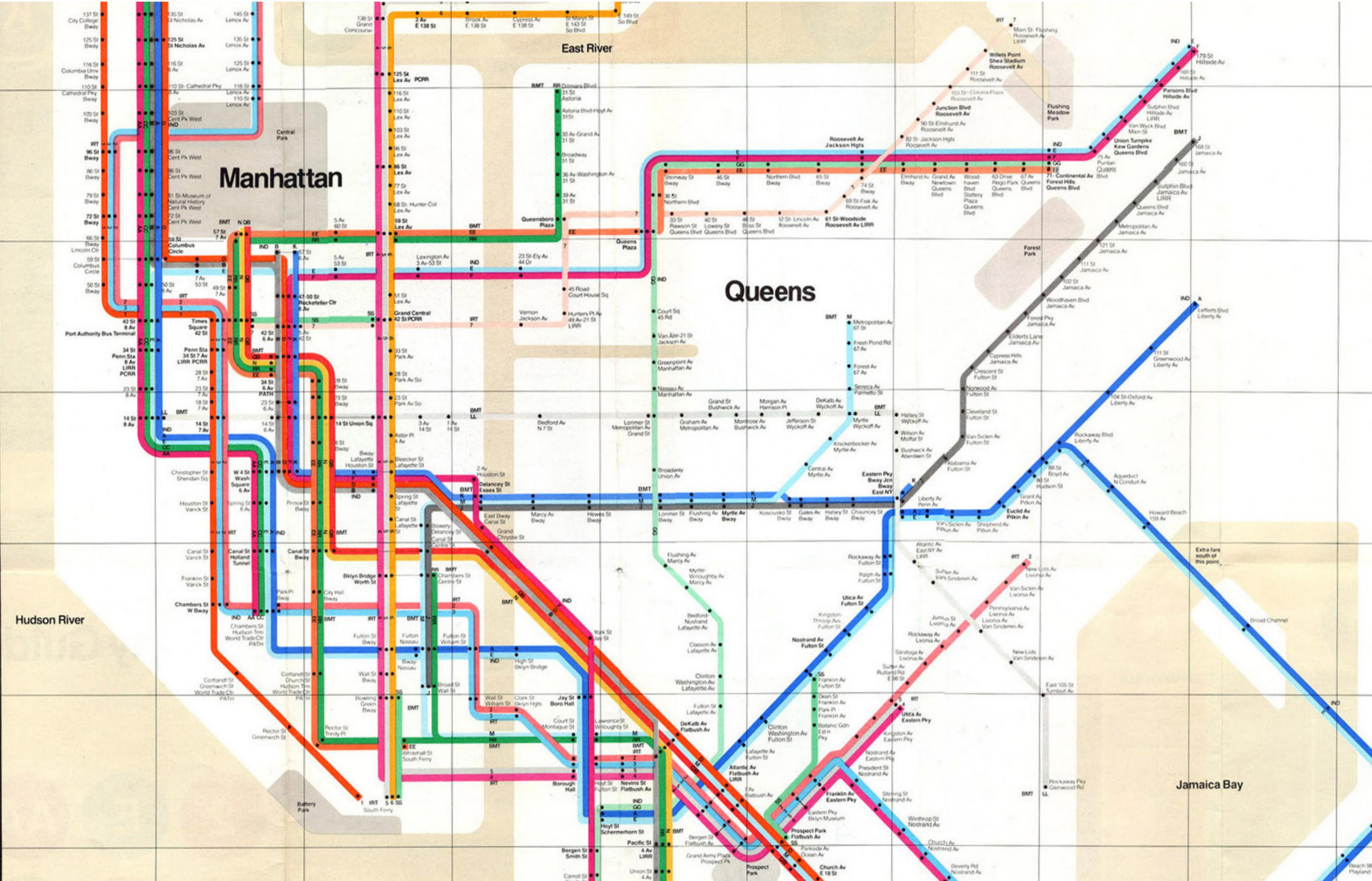
SE NECESITA

EMPLEADA

$\frac{1}{2}$  TIEMPO QUE NO  
SEPA HACER NADA

PERO QUE DEBEZZCA

C  
D  
E  
F  
G  
H



# Manhattan

# Queens

Hudson River

Jamaica Bay



**NIRVANA**  

---

**NEVERMIND**

CARTIN—CASS

725-4633	CASEY Robt L 32 Scott Cir Ded.	326-2370
328-0817	Robt & Lauren 8 Otis Av Ded.	326-0635
337-1883	Robt W 71 Herbert Rd Bra.	848-5137
471-0684	Rose 617 Broad Wey.	331-6948
749-1098	Ruth B 208 Atlntc Av Hul.	925-2525
696-2725	Sean 141 Carroll Av Wswd.	329-9412
28-4212	Stacie 30 Chapman Wey.	331-3652
8-7872	Stephen & Katherine	
-2288	590 Middle Wey.	
4899	Stephen R 17 Draper Can.	340-6658
028	Theresa 17 Binnacle Ln Qui.	828-1108
13	Thos 65 Dickens Qui.	479-4923
3	Thos A Jr 194 School Wswd.	328-6078
	Thos R 1 Wentworth Rd Can.	326-2474
	Thos W 20 Westchester Dr Wswd.	828-6969
	Timothy P 30 French Qui.	326-1140
	Timothy P 637 Pleasant Mil.	328-
	Tom & Judy 63 Hollis Av Qui.	
	V 9 Fore River Av Wey.	
	Walter J Jr 17	
	Wm C 21	

**La construcción de una marca trascendente depende de que la gente la sienta insustituible.**



**Las fórmulas no sirven. Cada empresa es única.**



# La relación entre diseño y empresa: emoción y orden.



**La virtud estratégica de una marca consiste en articularse de modo orgánico y constante en entorno de cambio permanente.**

- Necesidades, preferencias y aspiraciones de los clientes **hoy**.
- Crear una experiencia sensorial alineada con el posicionamiento.
- Alinear la calidad del servicio con la vivencia del ambiente.
- Crear un entorno que resulte motivador para el cliente interno.

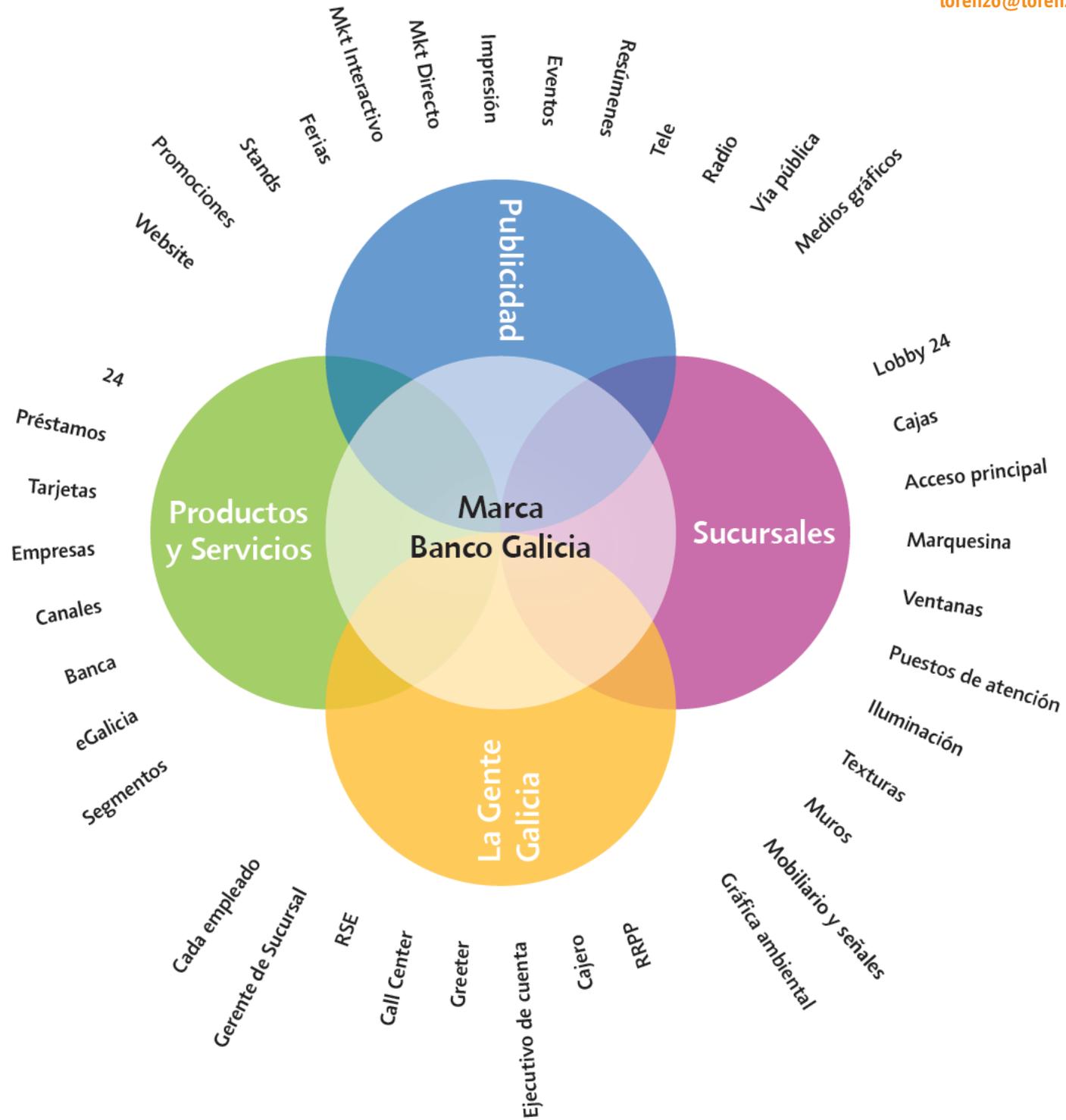
- Considerar las necesidades operativas para que todos experimenten la promesa de la marca.
- Alinear las estrategias de emplazamiento de señales y merchandising con las estrategias de publicidad, POP y layout.
- La administración del espacio debe ser sustentable en el tiempo y fácil de mantener.



**Estadísticas internacionales indican que hasta el 80% de los clientes de banco están dispuestos a pagar más por mejores experiencias con su (o algún) banco.**

**La performance de cualquier negocio aumenta al planificar los elementos fundamentales de la experiencia de marca:**

- **Identidad de marca.**
- **Entorno.**
- **Estilo de atención.**
- **Productos.**
- **Servicios.**
- **Procesos.**



## Las 7 razones por las que una marca debería considerar cambiar su plan visual y estrategia de marca:

- Frente a un cambio de nombre, su iV también debe cambiar.
- Su marca actual presenta alguna controversia.
- El diseño actual es obsoleto en significados.
- El diseño actual es obsoleto en morfología.
- El diseño actual tiene problemas de reproducción/legibilidad.
- Un requerimiento legal.
- El management plantea un cambio cultural.

**Diseñar para el Banco privado argentino más importante implica un desafío de escala (+400 puntos de contacto), un mercado más complejo, una competencia más afilada y capacidad para brindar respuestas y soluciones de marca de alta performance.**

*Banco Galicia*

---



## ¿Por qué?

- Banco Galicia dejó de sorprender como marca y como territorio. Toda su seducción está en las acciones persuasivas de la publicidad y en su permanencia en el tiempo.
- Diseño, arquitectura, publicidad, marketing y management están desconectadas.

## ¿Cómo?

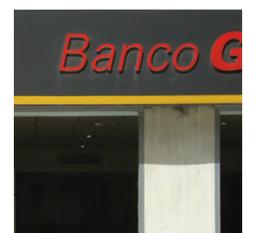
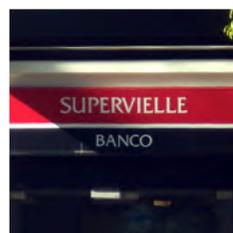
- Replantear su estrategia de diseño y consolidar una visión más cercana, robusta y actual.
- Hablarle a las personas con altura, sensibilidad, cercanía y vigor.
- Atar la idea del banco centenario con la promesa de modernidad y transversalidad de audiencias.

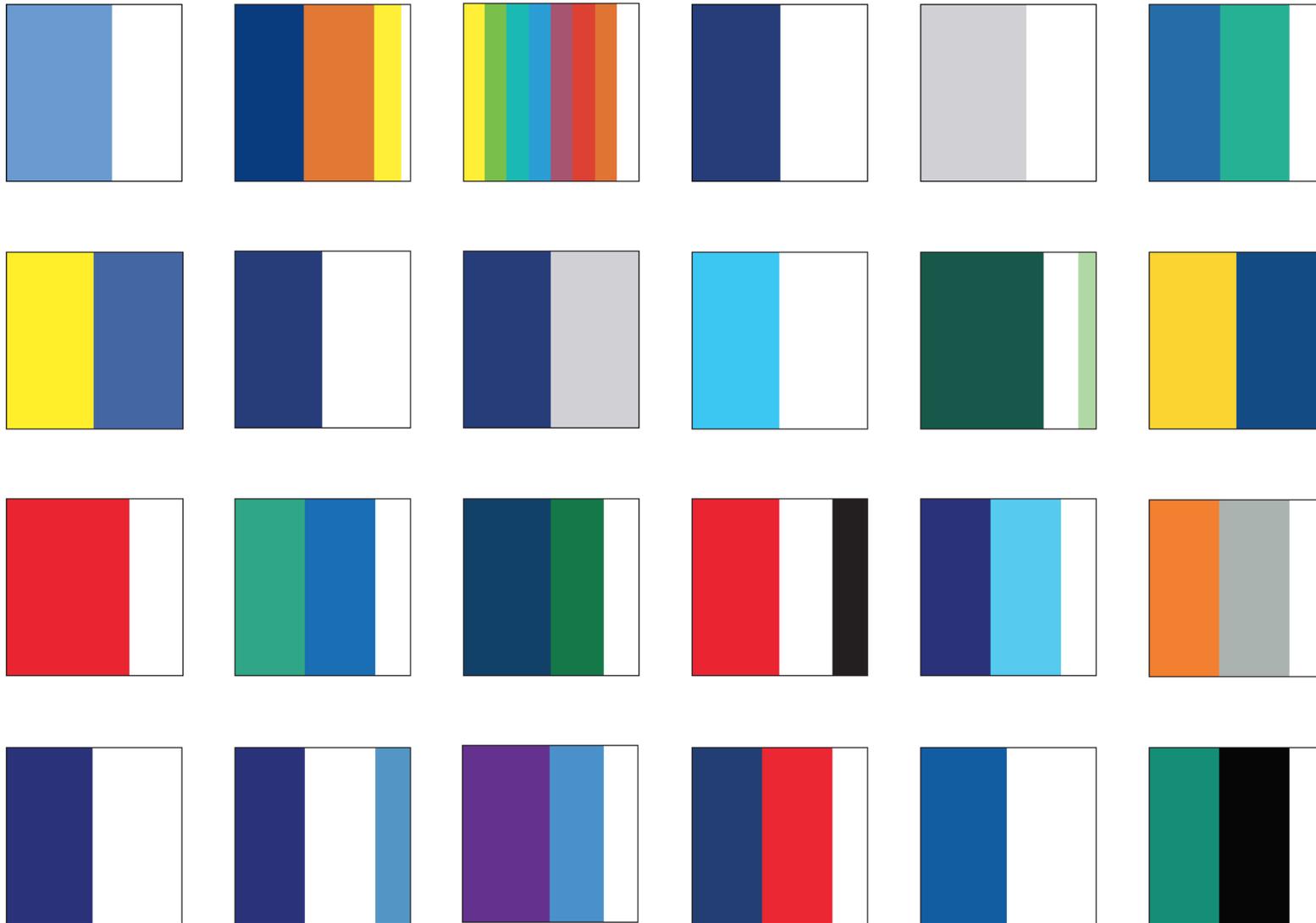
## ¿Qué?

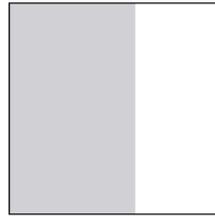
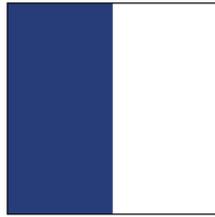
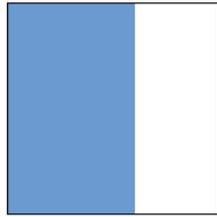
- Inspirar confianza y claridad mediante una identidad actual y organizada que considere a la audiencia en primer lugar.



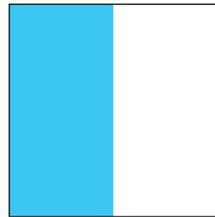
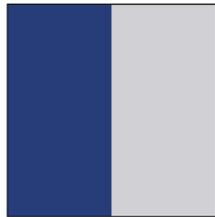
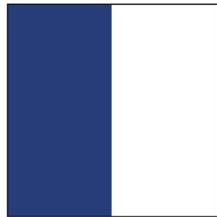
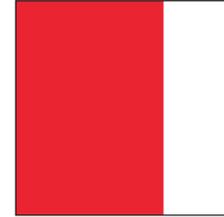
# El escenario competitivo y el color:



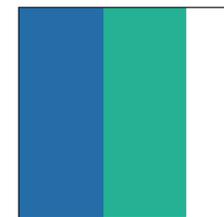
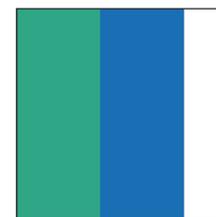
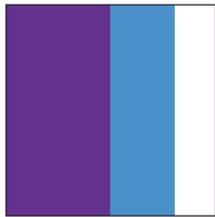
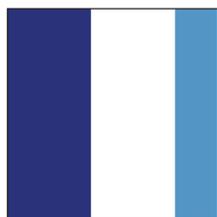
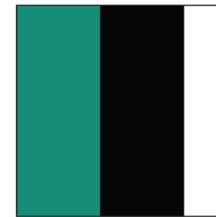
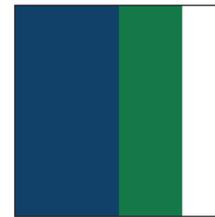
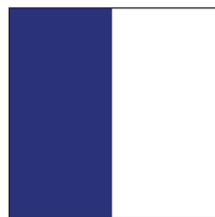
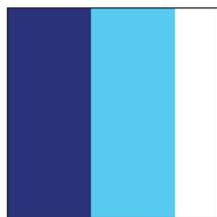




Colores  
fríos



Colores  
cálidos





Colores  
mixtos



cia



# Banco Galicia

**PRÉSTAMOS PERSONALES PARA AUTOS**  
 Tu auto 100% tuyo.



- Prestamo a sola firma, sin garantía prendaria.
- Tu financiamiento hasta el 70% del valor del auto.
- Para la compra de autos 0 km o usados.
- Monto máximo \$60.000.

SOLICITA INFORMACIÓN AL  
**0-810-777-3333**  
[www.e-galicia.com](http://www.e-galicia.com)



**TARJETAS GALICIA**

## Comprá, sumá y viajá ahora.

Comprá con tus Tarjetas Galicia  
y sumá puntos para viajar.



SOLICITE INFORMACIÓN LLAMANDO AL  
**0-810-777-3333**  
[www.e-galicia.com](http://www.e-galicia.com)

**Banco Galicia** 

Operamos a través de una sociedad o en nombre propio con. No otorgamos préstamos a título gratuito. La responsabilidad de Banco Galicia se limita exclusivamente al otorgamiento de puntos por consumo. Estos puntos son válidos dentro de un período de 12 meses. Para obtener el programa Beneficios Plus, dirígete a tu sucursal, ingresa en línea a galicia.com o llama al 0209-4000 en Capital o al 0810-444-0000 desde el interior.



Banco Galicia - PERSONAS

http://www.e-galicia.com/portal/site/eGalicia/menuitem.ac374fca529bd19aa9c2da0412

27 | 06 | 2007

**PERSONAS** EMPRESAS AGROPECUARIOS INSTITUCIONAL

PRODUCTOS | CANALES | BENEFICIOS | BANCA PRIVADA | PREFER | COMERCIOS Y PROFESIONALES

**Operá y ganá tiempo, comodidad y fabulosos premios**

+ info

**Seguro Integral de Comercio** →

Reconocemos su esfuerzo para llevar adelante su negocio, por eso le acercamos la protección que su inversión merece.

**Ganadores entradas de cine** →

Si registraste tus datos para el sorteo de 2 entradas de cine para la película "Porque yo lo digo" enterate si sos uno de los 100 ganadores.

**Promociones especiales para todos** →

Con las Tarjetas de débito y crédito de Banco Galicia comprar te cuesta menos, porque accedés a descuentos especiales en una gran variedad de productos.

**Préstamo 24 horas** →

Pensá en algo que te gustaría tener y con Banco Galicia lo vas a obtener tan rápido que no te va a quedar tiempo de desearlo.

**e-GALICIA SHOPPING** [:: ver más](#)

**10% de ahorro** y 12 cuotas sin interés (CFT 4,89 %)

OPERADO POR falabella.com

Banco Galicia

AYUDA

**Home Banking Galicia** →

Opere fácil y seguro

ingresar }

**Galicia Office** →

Todas las operaciones de su empresa **+ Info**

**CUPOS COMPLETOS**

**+ info >>**

**AEROLINEAS PLUS**

Convertí todos tus consumos en viajes.

**Operá y ganá tiempo, comodidad y fabulosos premios**

+ info

- :: Comercio Exterior**
- :: Informes de Research**
- :: Reportes FIMA**
- :: e-galicia Noticias**
- :: Asesor de Impuestos**

Conocé nuestros nuevos comerciales.

**Descubrí cómo alcanzar lo que querés.**

**Alcanzá lo que querés**



=



ABCDEFGHIJKLMNÑ

OPQRSTUVWXYZ.

abcdefghijklmno p qrs

tuvwxyz. 0123456789

! ; ? @ " \* + # % \$ & ¥ £ © { }



G



**anc**

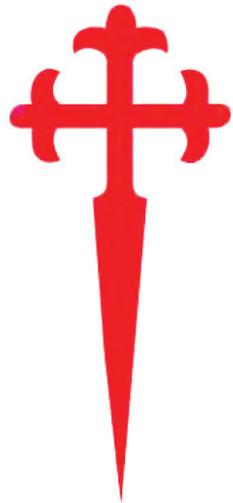
# Banco Galicia

# Banco Galicia

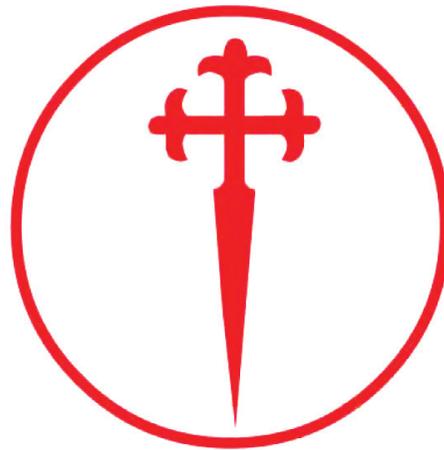
1905



1958



1977

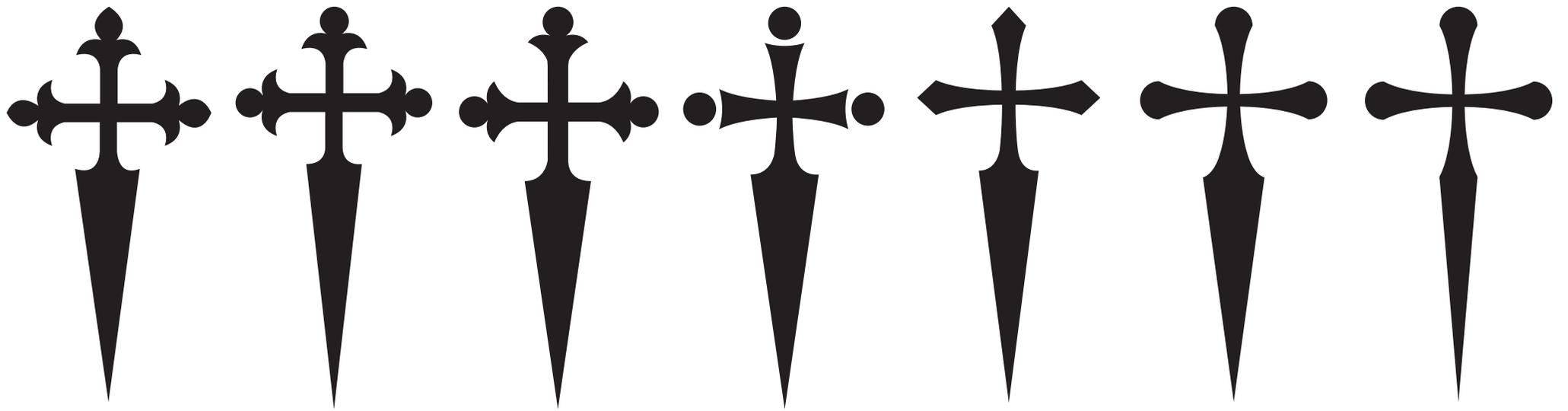


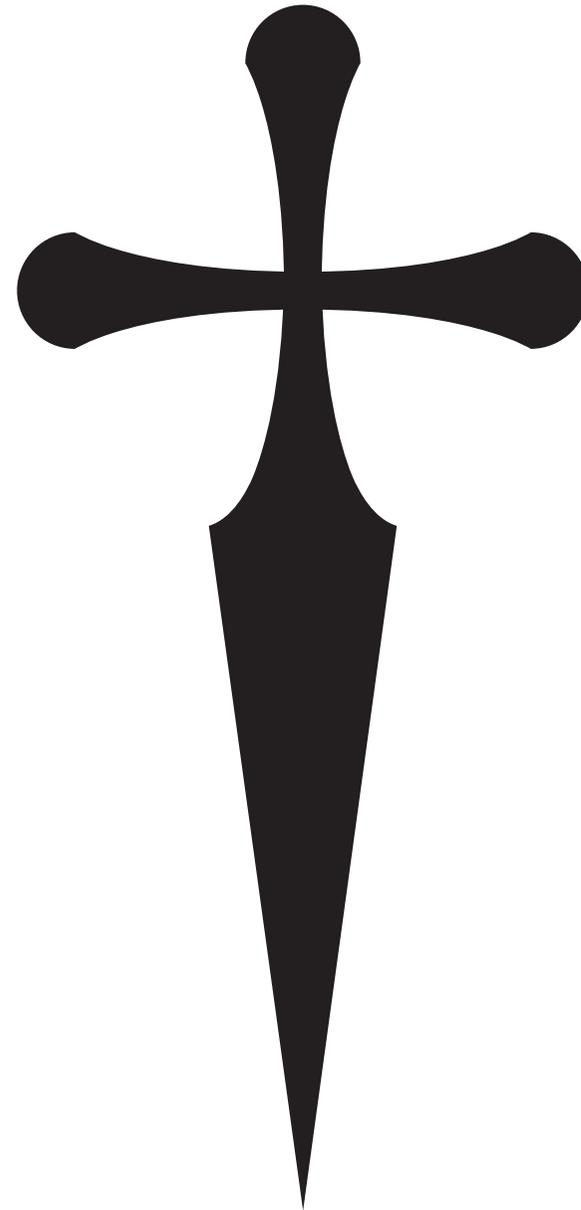
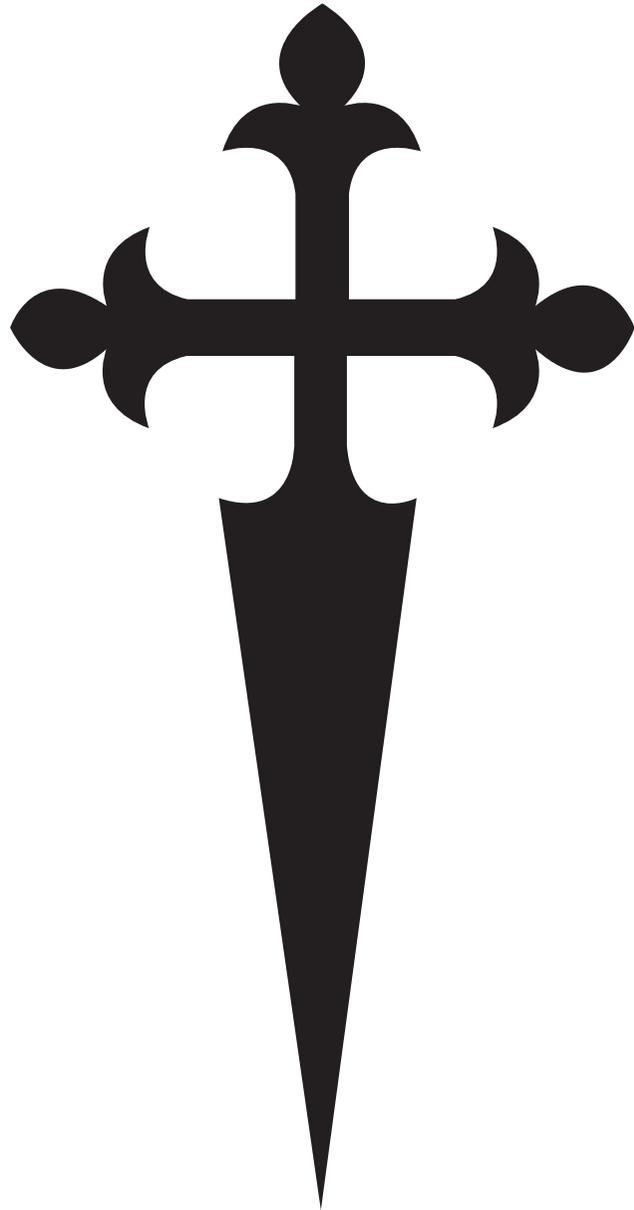
1992

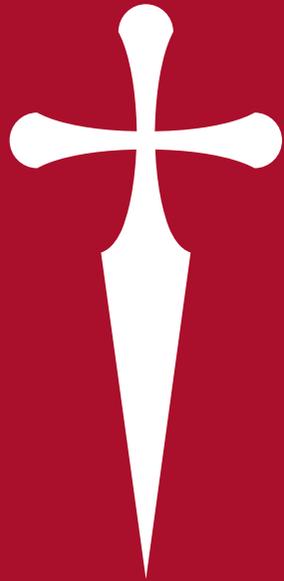


Styling post 1999

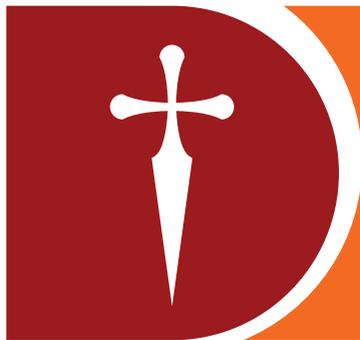






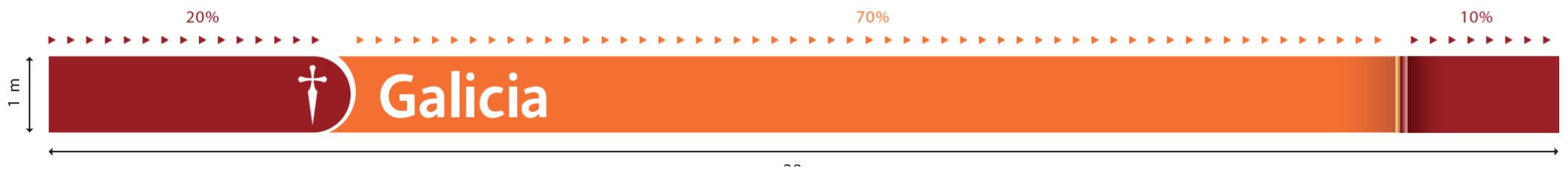
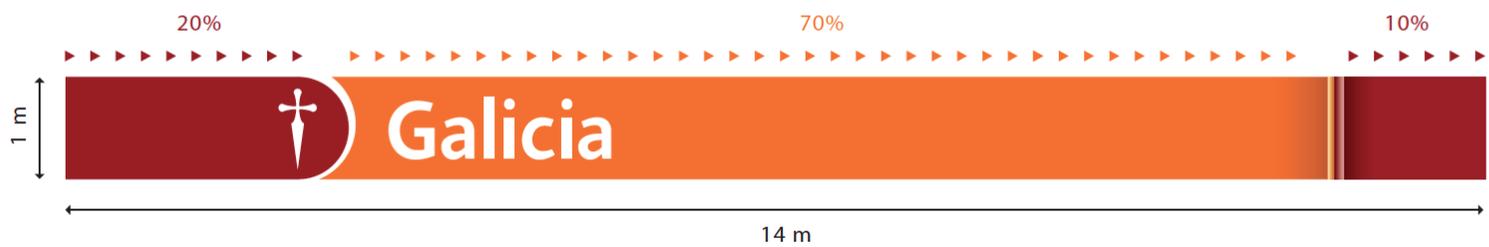






# Banco Galicia











Marcelo T.  
de Alvear  
650 700

Banco Galicia

Banco Galicia

Banco Galicia

Banco Galicia

CAJERO AUTOMÁTICO  
AUTOSERVICIO  
AUTOSERVICIO

**SALICIA PYME**  
Financiamiento para todos los niveles de las empresas.

- Línea de Crédito a Largo Plazo
- Línea de Crédito a Corto Plazo
- Línea de Crédito para Inversión
- Línea de Crédito para Capital de Trabajo

Banco Galicia



**Banco Galicia**



**Banco Galicia**

**E**

ESTACIONAMIENTO  
EXCLUSIVO PARA REALIZAR  
OPERACIONES  
EN BANCO GALICIA  
MUCHAS GRACIAS





BANCOPATAGONIA





BANCOPATAGONIA



**Diseñar una identidad visual y un territorio implica diseñar un itinerario, una sucesión de experiencias perceptivas que conforman una aún mayor: la experiencia de marca.**



**Estado de situación:  
una mirada a los interiores de las sucursales.**



**Tanto la función como el futuro de la sucursal cambiaron.  
Pero sigue siendo crucial como experiencia de marca para las  
personas y como contrapunto de la experiencia digital.**





### TARJETA GALICIA RURAL

La Tarjeta que su campo necesita.

- Capital de trabajo a su medida.
- Financiación a 180 días al 0% de interés.\*
- Vencimientos de acuerdo a su ciclo productivo.
- Convenios especiales.

¡SOLICITE INFORMACIÓN LLAMANDO AL  
**0-810-777-3777**  
[www.e-galicia.com](http://www.e-galicia.com)

**Banco Galicia**

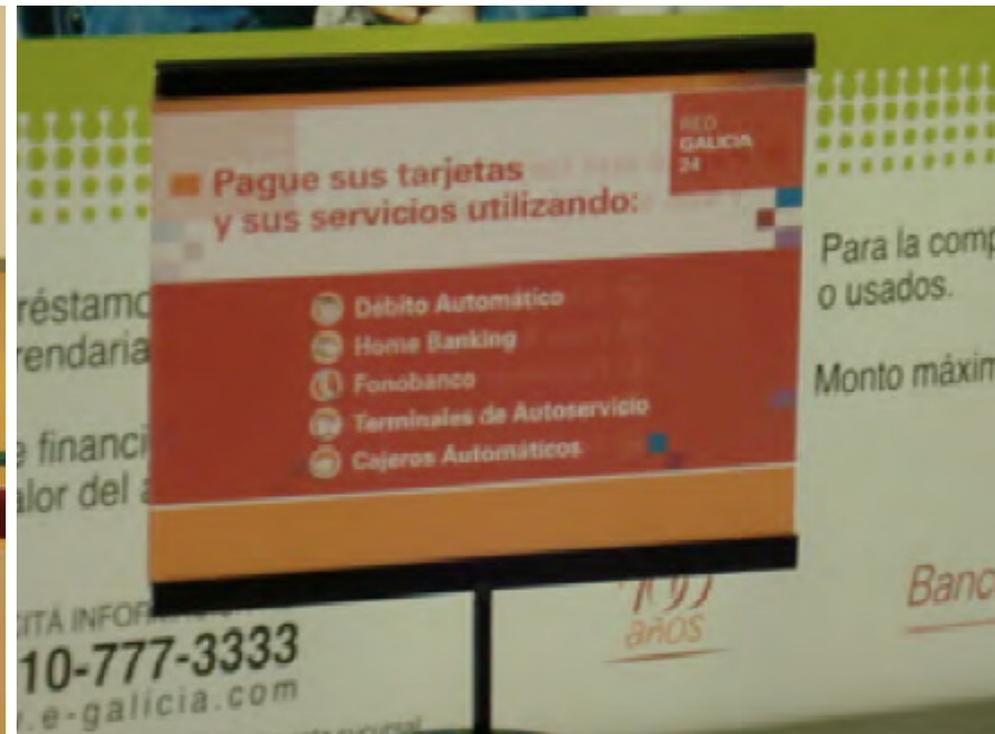
\*Precio de mercado del financiamiento. Financiación específica y programada.

1

- Entrega de Cheques y Tarjetas
- Otras Operaciones

Prefer y Banca Privada

Pague sus tarjetas y sus servicios







- **Aceptable iluminación en general pero mala en particular.**
- **Muchos espacios residuales o no resueltos.**
- **Arquitectura y comunicaciones deben integrarse.**
- **Los lobbys no pueden ser mero tránsito.**
- **Las áreas de espera no son aprovechadas.**
- **La ubicación de señales no es la más eficiente.**
- **Identidad de marca dislocada.**
- **El banco debe entender al cliente, no al revés.**

**La coreografía de una nueva experiencia Galicia:  
aunque la visita del cliente sea transaccional,  
debe sentirse lo menos posible de esa manera.**



**Al definir constantes de circulación y diseño, tanto en las sucursales como en todas las plataformas, la promesa de la marca provee satisfacción, eficiencia y estímulo.**

## Tendencias en diseño de sucursales:

La sucursal=Banco.

La sucursal=Marca.

La sucursal ≠ lugar de servicio.

Diseño centrado en el usuario.

Promesa centrada en la marca.

Sucursal=interacción y oportunidad.

Claridad institucional.

Percepción amigable del espacio.

Buenos indicadores de circulación.

Percepción de valor agregado.

Zonas ATM amplias y dominantes.

Dinamismo (=menos espera).

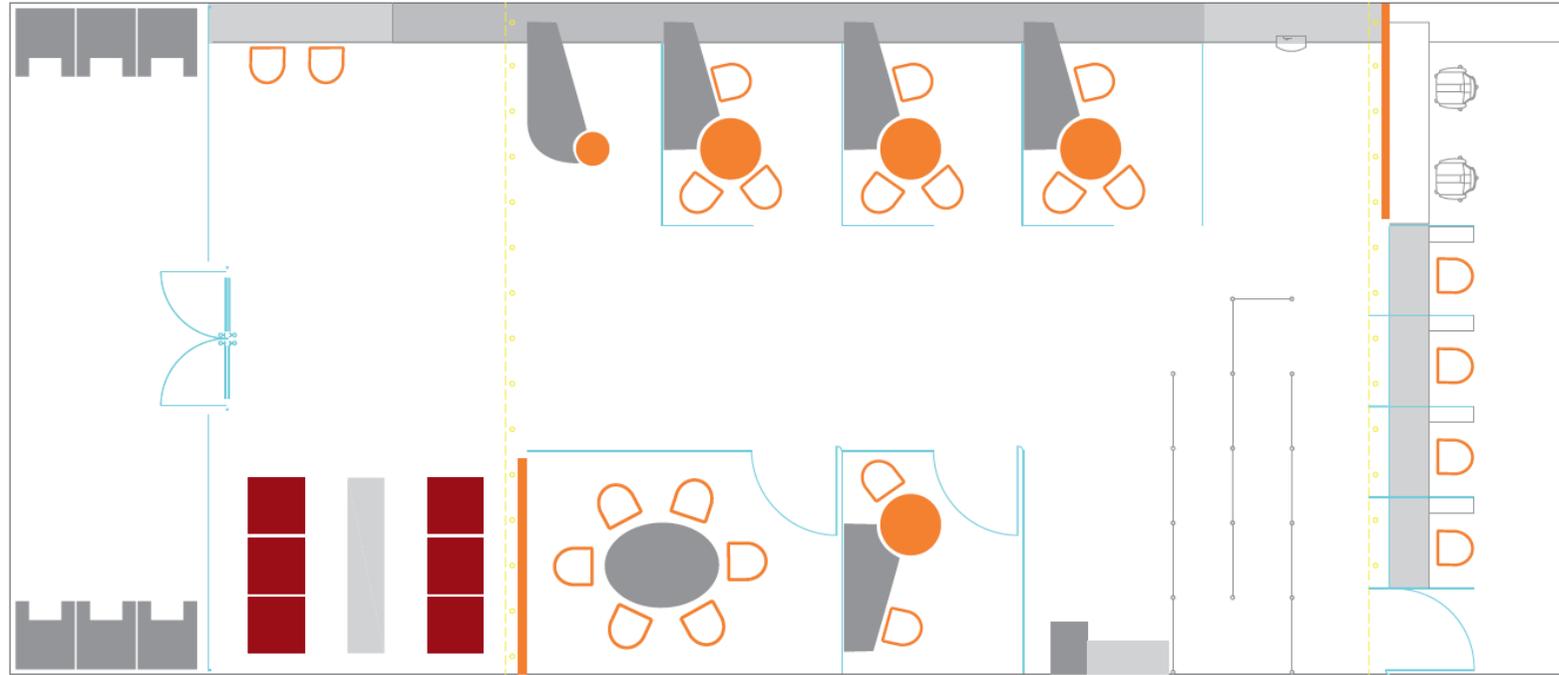
Tecnología (=modernidad).

Infotainment (=entretenimiento).

Mantenimiento simple.

Eficiencia de costos.

**Conciencia de expectativa superada = Embajador de marca**





NIVEL 0  
Personas  
Empresas  
Prefer

NIVEL -1  
Cajas  
Cajas de seguridad

NIVEL -1  
Cajas  
Cajas de seguridad



3 cm



Responsable de servicios al cliente

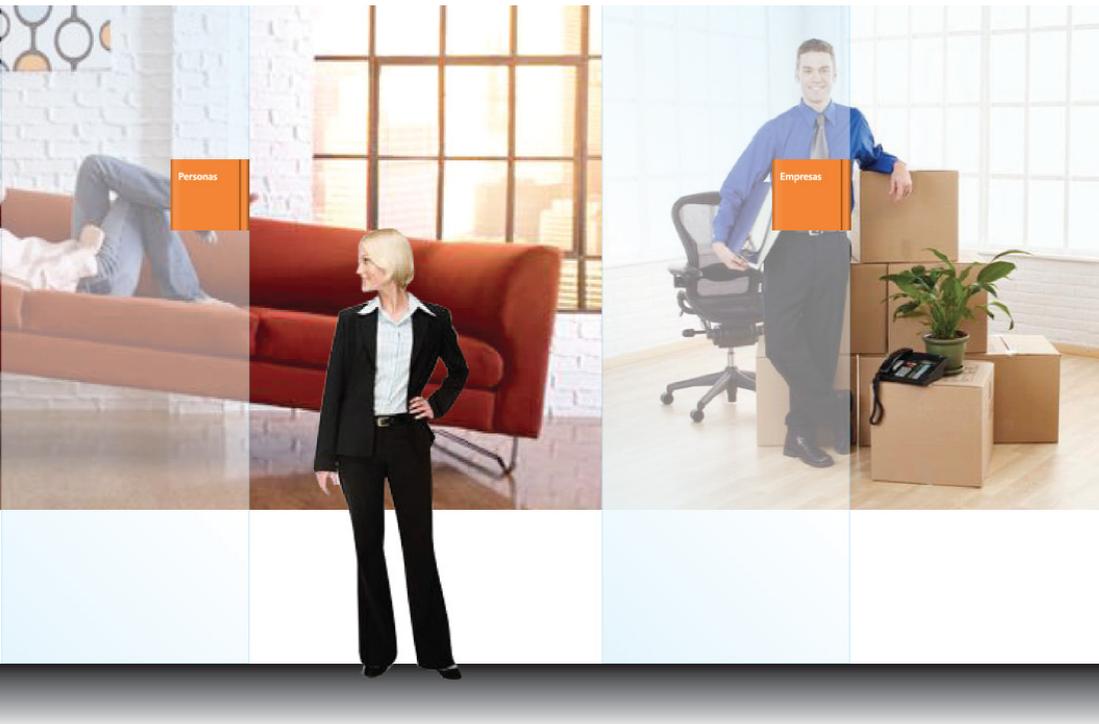
Personas

Empresas

Sala de reuniones

Gerencia

Prefer





## ¿Por qué?

- Banco Galicia dejó de sorprender como marca y como territorio. Toda su seducción está en las acciones persuasivas de la publicidad y en su permanencia en el tiempo.
- Diseño, arquitectura, publicidad, marketing y management están desconectadas.

## ¿Cómo?

- Replantear su estrategia de diseño y consolidar una visión más cercana, robusta y actual.
- Hablarle a las personas con altura, sensibilidad, cercanía y vigor.
- Atar la idea del banco centenario con la promesa de modernidad y transversalidad de audiencias.

## ¿Qué?

- Inspirar confianza y claridad mediante una identidad actual y organizada que considere a la audiencia en primer lugar.









**Las nuevas sucursales del Galicia prometen apertura, transparencia y accesibilidad.**

**Esto implica foco en más y mejores vínculos en lugar de en simplemente transacciones.**

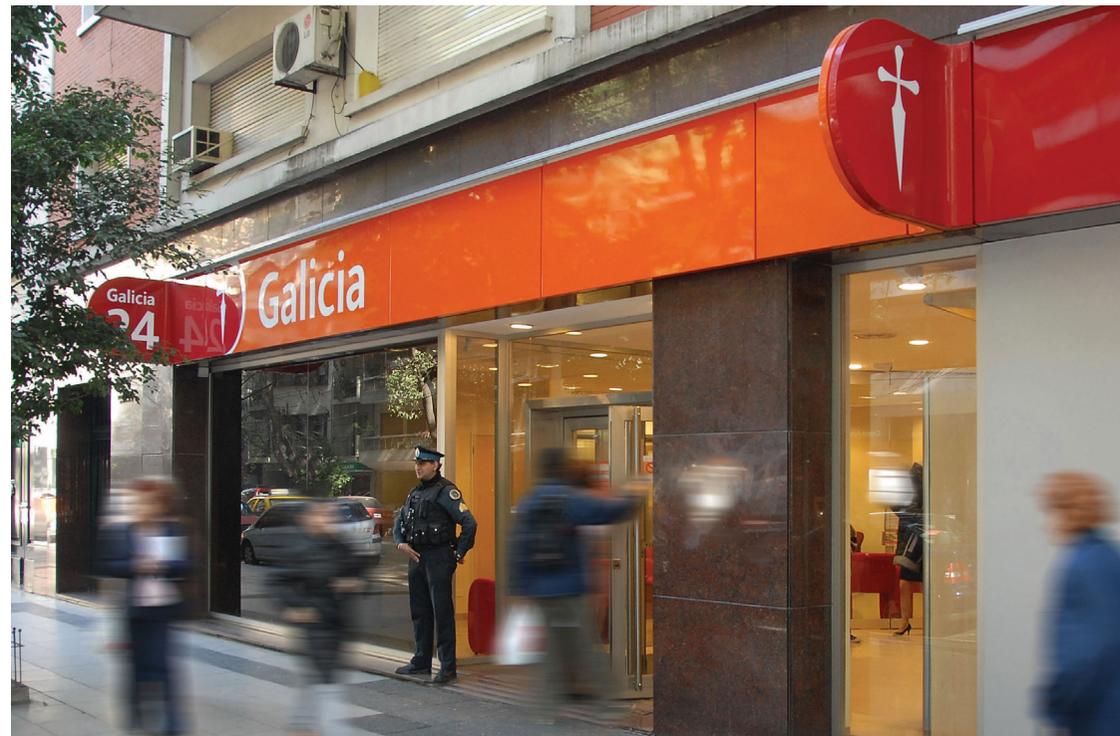


Planta baja  
Cajas

Atención Prefer  
Empresas  
Individuos

Gerencia











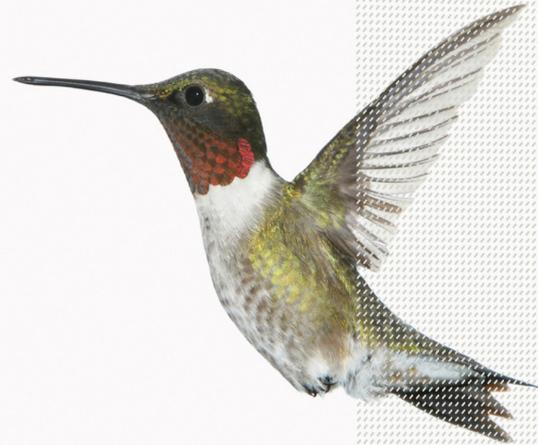
**De lo masivo a lo exclusivo sin escalas.  
Galicia Éminent: la pièce de résistance.**

# Galicia ÉMINENT

Galicia ÉMINENT

Galicia ÉMINENT

Su banco, más exclusivo



Exclusivo. Ágil.  
A su medida.

 Galicia

 Galicia

galiciaeminent.com

# Galicia ÉMINENT

Su banco, más exclusivo

3<sup>E</sup>  
ETAGE  
RLOOR  
3<sup>RD</sup>

17 y 19 de Mayo  
en el Teatro Coliseo.

El ensamble de once consagrados bailarines  
del Ballet de la *Opera National de Paris*  
en su espectáculo *Nouvelles Virtuosités*.

**Preventa exclusiva y cuotas  
para clientes Galicia Éminent**  
desde el 18 hasta el 31 de Marzo.



Exclusivo. Ágil.  
A su medida.



galiciaeminent.com

# Galicia ÉMINENT

Su banco, más exclusivo

En Autoclásica junto a Bugatti,  
legado de la exclusividad,  
estilo y pasión por los automóviles.



Hipódromo de San Isidro.  
7 al 10 de octubre.



Exclusivo. Ágil.  
A su medida.



galiciaeminent.com



Galicia ÉMINENT

3715 930012 34567

4000

CUSTOMER SINCE 06/11

HASTA 05/13

MARCELO LOSADA









**Si sos una empresa grande que quiere mandar una señal clara al mercado, o una empresa chica que quiere cambiar las reglas del juego, la manera de lograrlo es mediante la administración lúcida de un capital marcario claro, cercano y confiable.**

**Las marcas son para la gente.**



**¡Gracias!**