

# *REBRANDING DE* *MARCA*

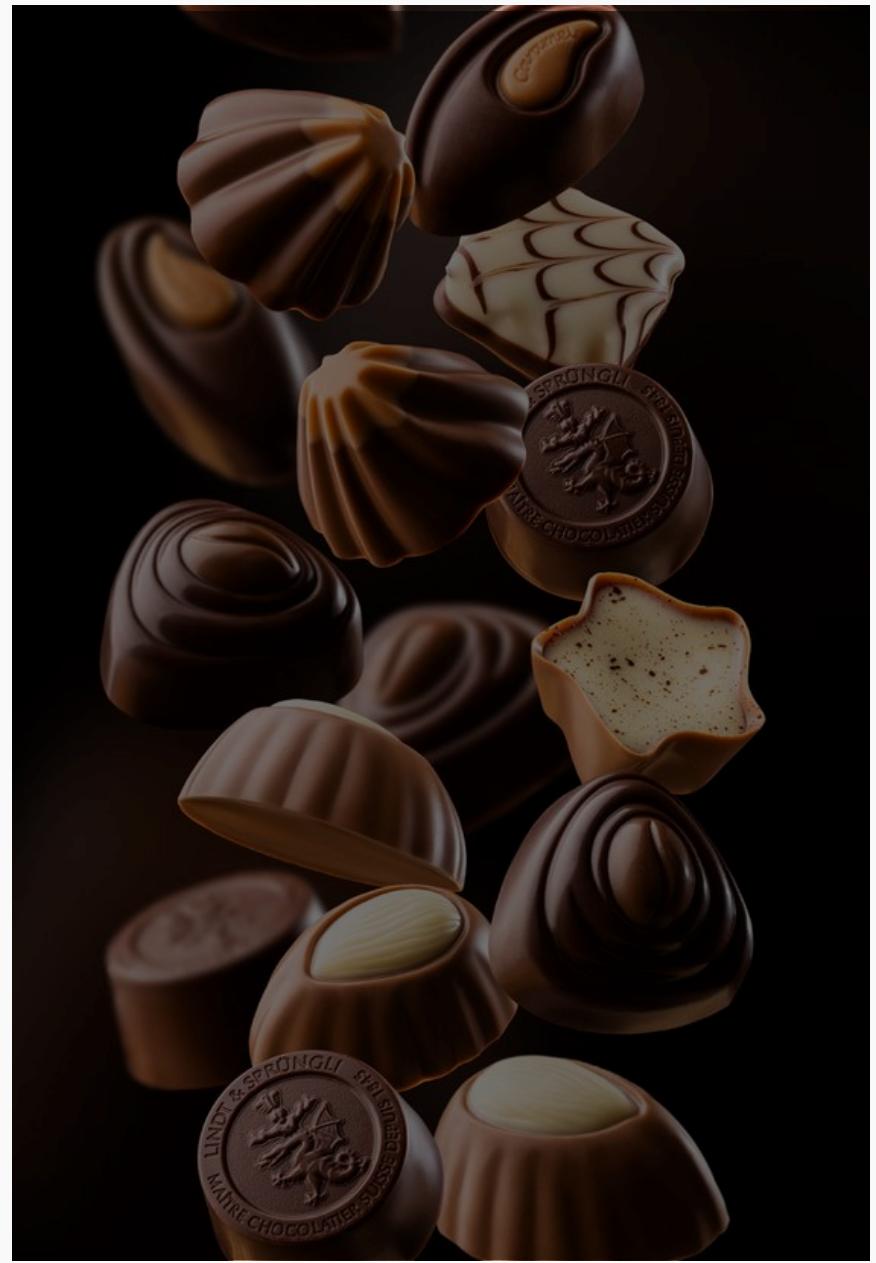
---

SARA RODRÍGUEZ

# ÍNDICE DE CONTENIDO

- 
- 01 Lindt
  - 02 Rebranding
  - 03 Brand Wheel
  - 04 Propuesta de valor
  - 05 Misión/Visión/Tono de voz
  - 06 Análisis del mercado y mapa de posicionamiento
  - 07 Logo y aplicaciones
-

# LINDT





SCHWEIZER MAÎTRE CHOCOLATIER  
SEIT 1845

- Fundada en el siglo XIX, Lindt tiene raíces suizas y es sinónimo de maestría en chocolatería.
- Mantiene un equilibrio entre la tradición y la evolución de su identidad.
- Destaca por la excelencia en la calidad y la innovación, posicionándose como líder en chocolates premium.
- La marca se asocia con el lujo, la calidad superior y la producción artesanal.





# SaltyCrème

---

## Lindt

# SaltyCrème *Lindt*

**Salsas con Chocolate Lindt:** Elaboradas para realzar sabores combinando lo dulce con lo salado.

Ofrecen un acabado bien integrado y brillante en los platos, realzando la combinación de sabores.

Densas para adherirse a los alimentos, pero fáciles de verter.

Textura Suave, fluida y homogénea.

# TIPOS

## *Salty crème ChocoSavory.*

- Perfecta para carnes, quesos y hamburguesas.
- Fusión de chocolate amargo y sal marina.
- Resalta sabores intensos y crea contrastes únicos.



# TIPOS

## *Salty Crème Spice Twist.*

- Versión con un toque picante y exótico.
- Combina chocolate con notas saladas y especiadas.
- Ideal para platos asiáticos (sushi), tacos gourmet y fusiones.
- Perfecta para quienes buscan sabores más intensos y atrevidos.



# TIPOS

## *SaltyCrème UmamiBlend.*

- Realza sabores con un equilibrio entre dulce, salado y umami.
- Aporta profundidad y originalidad a los platos.
- Ideal para pastas, risottos, verduras asadas y pescados.



# POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

---



**Segmento premium**

---

**Restaurantes y Chefs**

---

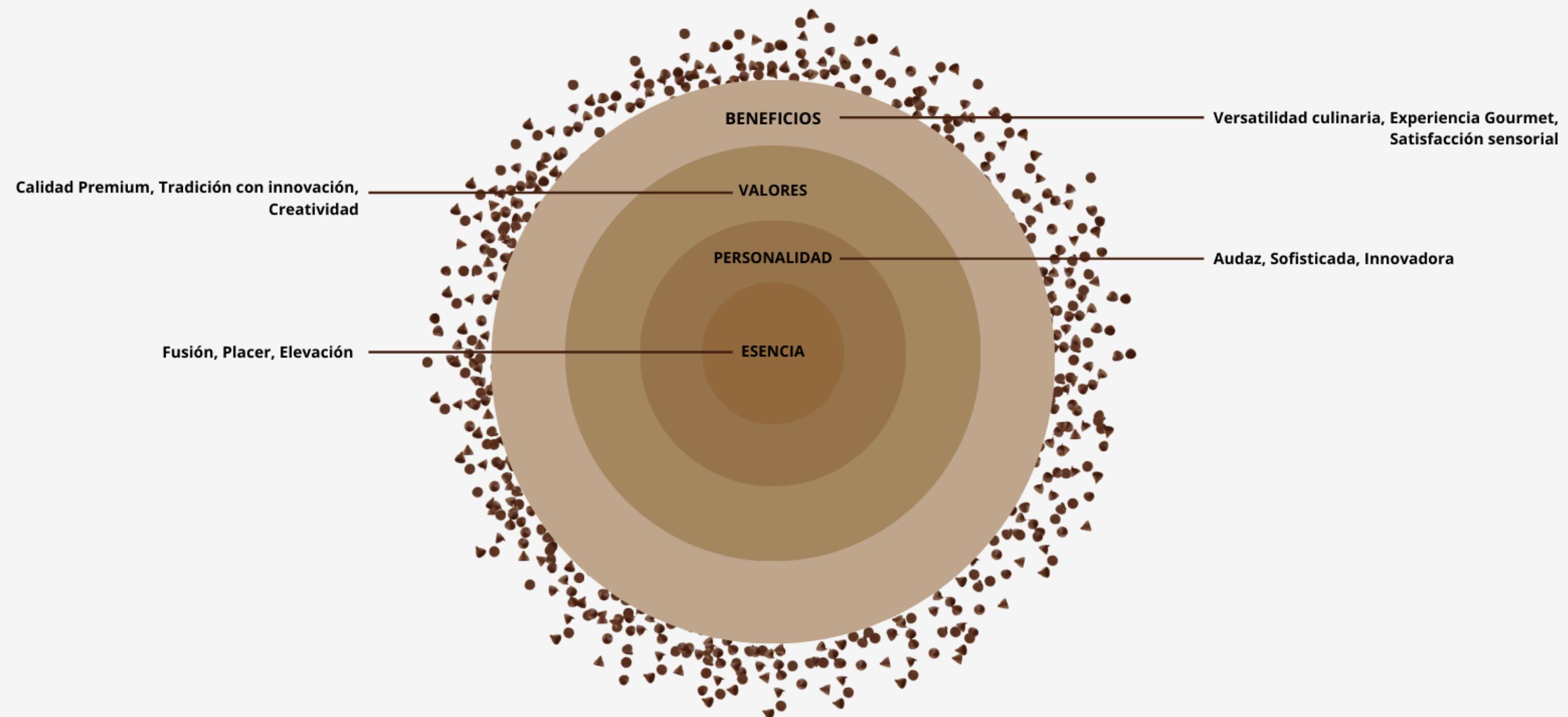
**Cadenas Gourmet**

---

**Cocineros caseros y foodies**

---

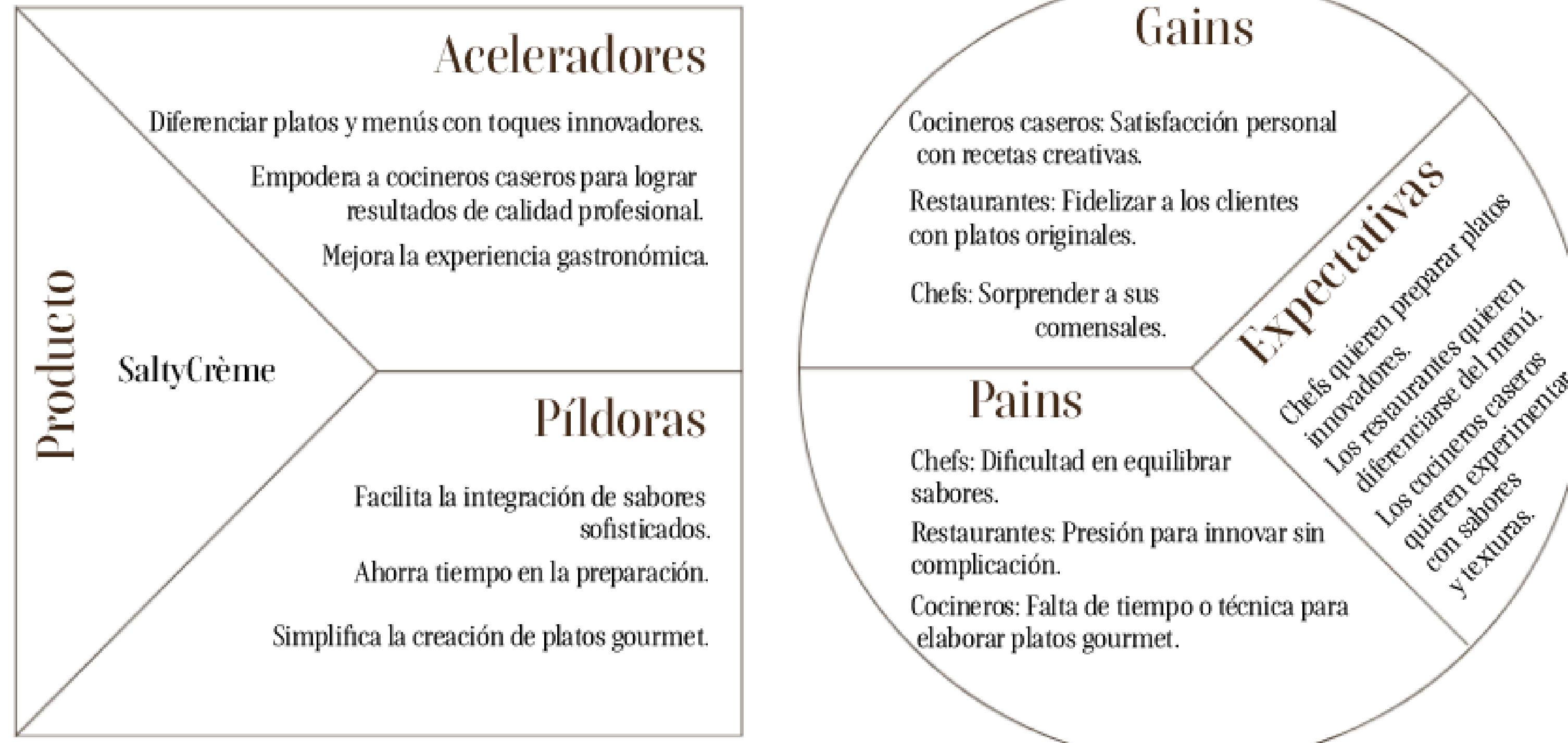
# BRAND WHEEL



# PROPUESTA DE VALOR

- Ampliar la **versatilidad** de Lindt (ampliando los diferentes usos del chocolate).
  - Complemento que **realza** otros sabores. (Balance entre lo dulce y lo salado).
  - Mantener la **calidad**. Aunque se plantee una idea innovadora y esté en una categoría diferente, seguirá siendo percibido como un producto de alta calidad, ideal para ofrecer experiencias culinarias únicas.

# CANVAS PROPUESTA VALOR



---

# *MISIÓN Y VISION*

## *Misión*

Ofrecer una salsa única que combine lo dulce y salado, inspirando a profesionales y aficionados a crear experiencias culinarias inolvidables con la calidad inconfundible de Lindt.

## *Visión*

Convertirnos en referentes en la cocina gourmet, redefiniendo cómo se disfrutan los sabores en todo tipo de cocinas y transformando la creatividad culinaria en una nueva norma.

---

---

# TONO DE VOZ

---

Sofisticado pero accesible

---

Creativo

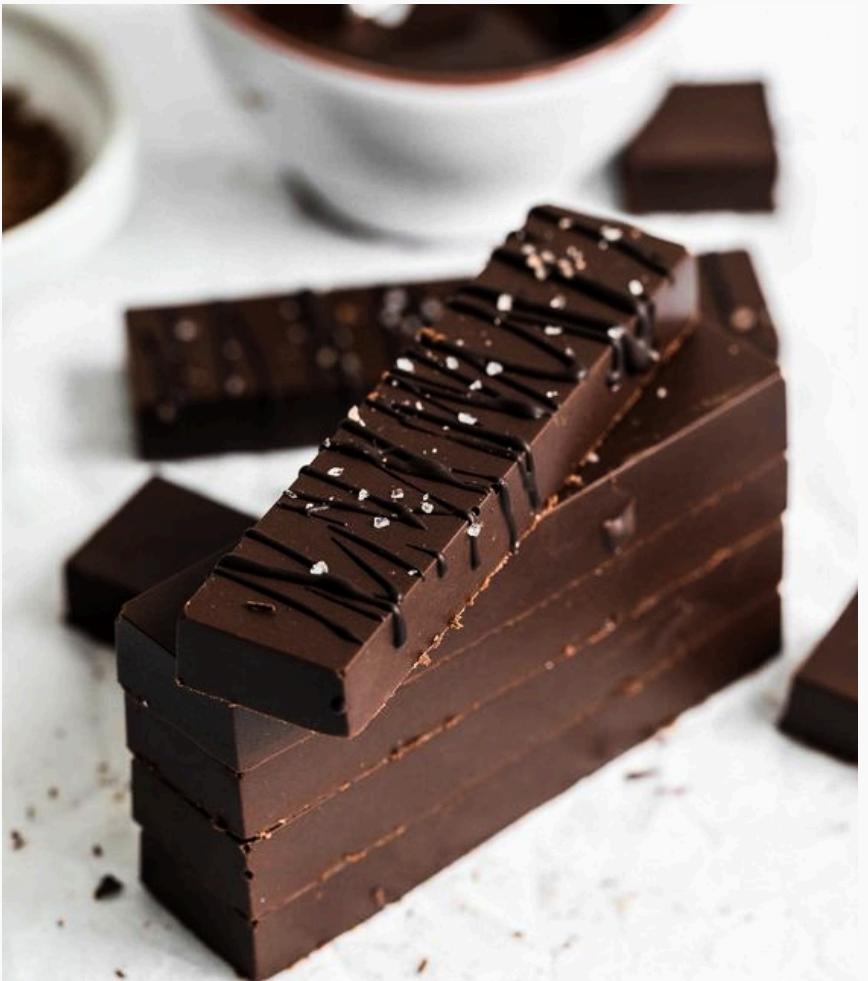
---

Sensual

---

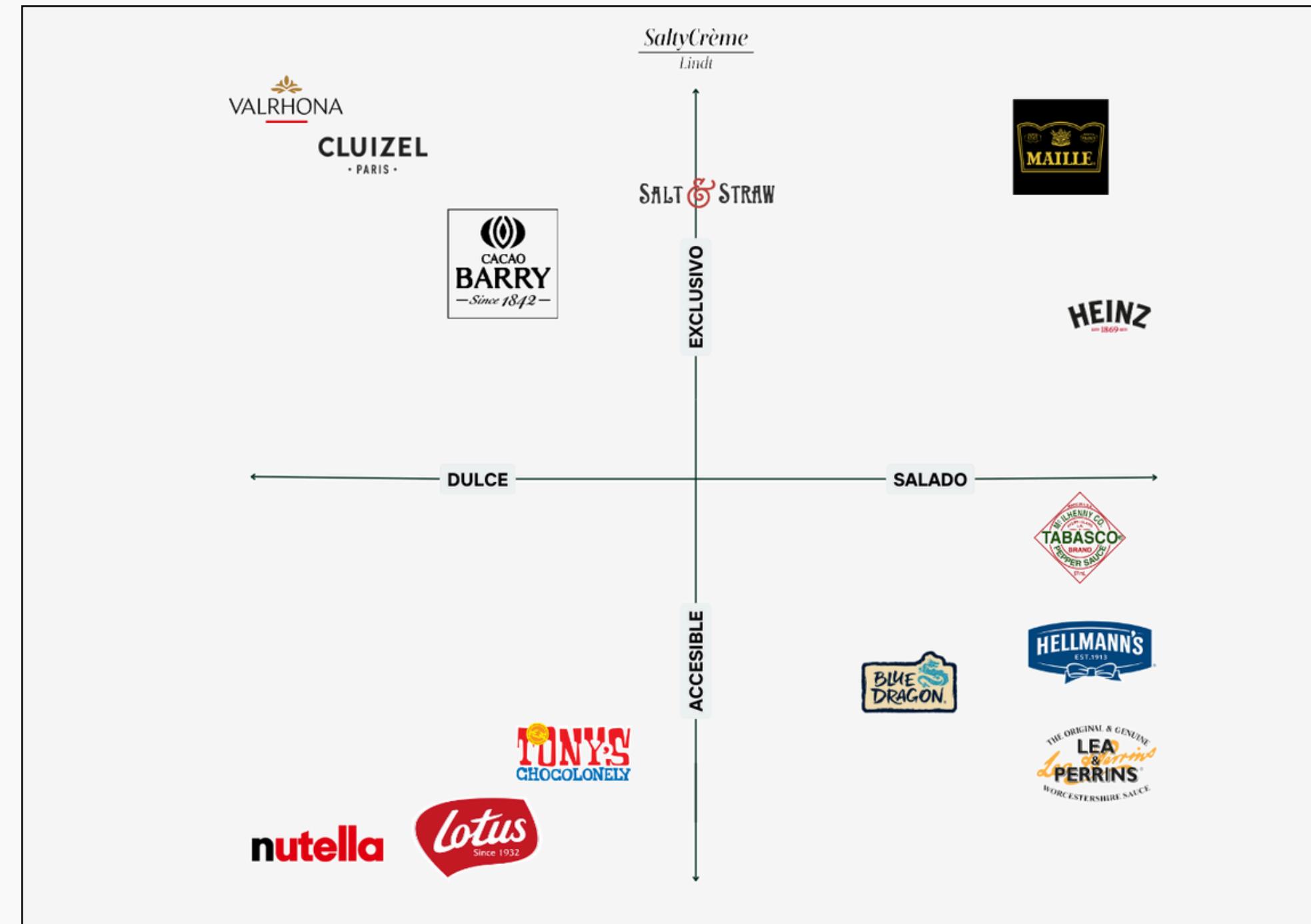


# ANÁLISIS DEL MERCADO ACTUAL



Diversidad del Mercado  
Segmentación de Consumidores  
Algunos buscan alternativas más saludables.  
Otros prefieren sabores **exóticos** y  
presentaciones **creativas**.

# MAPA DE POSICIONAMIENTO



---

# CREACIÓN DEL LOGO

---

*SaltyCrème*

---

*Lindt*

- El motivo de cambio de logo es para que Lindt se mantenga **competitivo**, buscamos atraer a nuevas generaciones con una imagen más **moderna**.
- Tipografía "**Bosca Medium Italic**" (Moderna y elegante, con un toque sofisticado y contemporáneo), alineada con la expansión de la marca.
- Refleja la **versatilidad** y **creatividad**, ideal para el lanzamiento de las salsas.
- Uso del **Color Negro**: Mantiene la **elegancia** y el carácter **premium**, haciéndolo más accesible y menos formal que el dorado.
- **Cursiva como Símbolo de Cambio**: Representa movimiento y evolución, en sintonía con la línea SaltyCrème.

---

# *Y*ARIANTES DEL LOGO

SaltyCrème  
Lindt

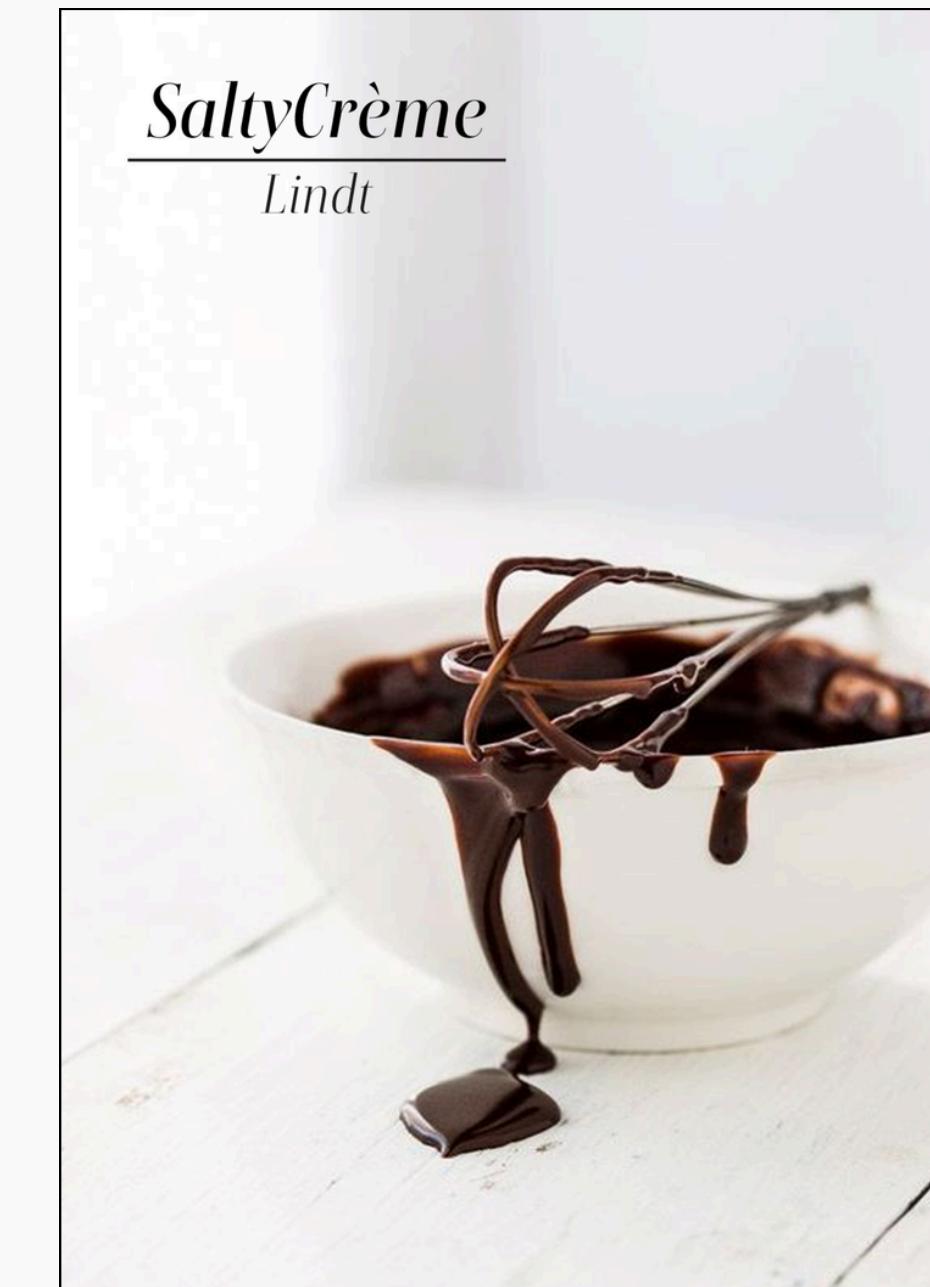
SaltyCrème  
Lindt

Lindt

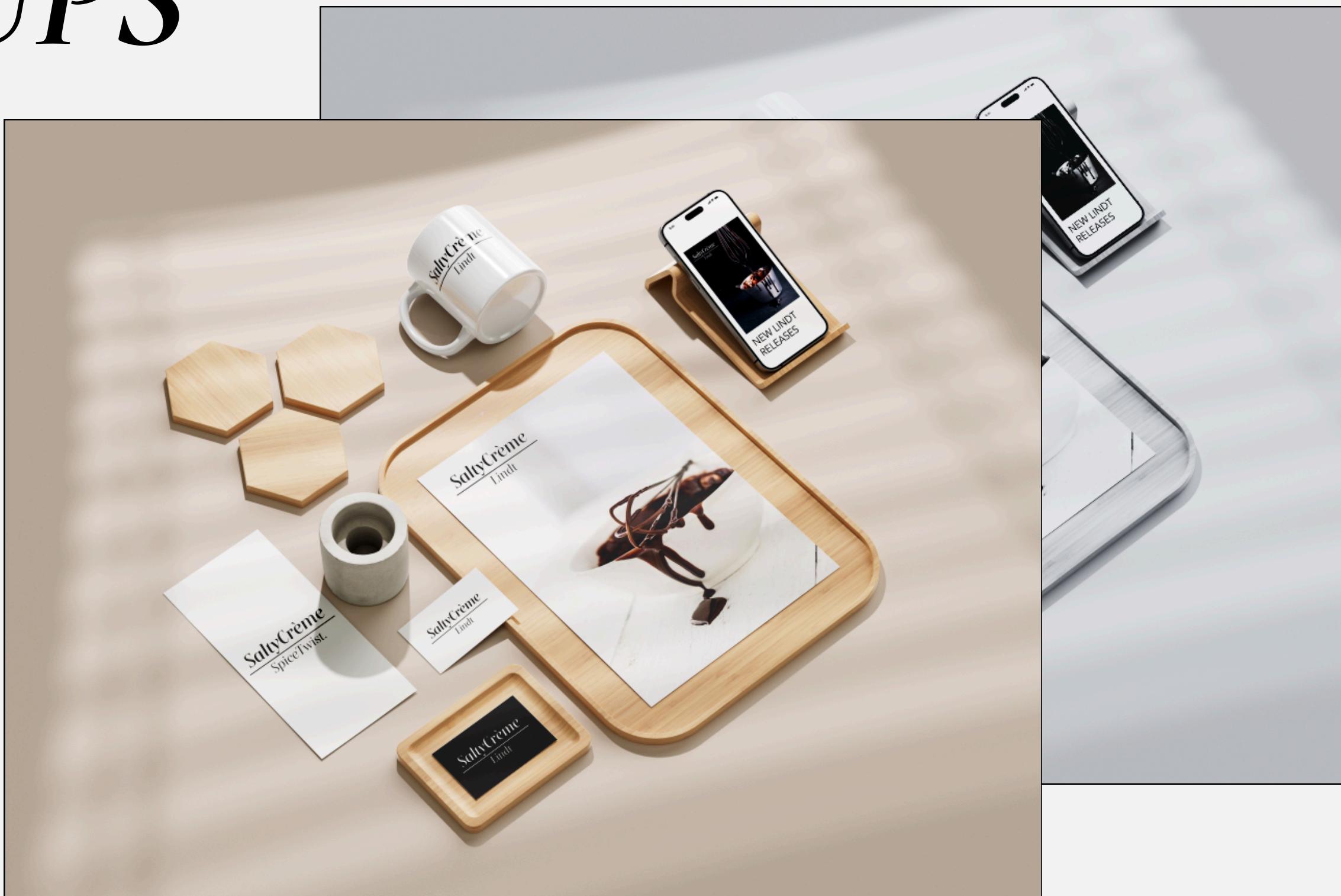
Lindt

---

# VARIANTES DEL LOGO



# MOCKUPS



---

CX 2024

*MUCHAS GRACIAS*

---

SARA RODRÍGUEZ