



TO BE DIFERENT

loggin
ADS SUITE



El
logo



Qeva[®]
entorno virtual
para aseguradores

TO BE DIFFERENT



Globo de diálogo

Los globos de diálogo son una de las convenciones gráficas utilizadas para expresar mediante palabras un determinado significado, desde una onomatopeya hasta globos que representan pensamientos, susurros, gritos o diálogos. **Suelen utilizarse para graficar de forma visual las emociones.**

Se propone un globo de diálogo para representar el objetivo principal de eva, que es la comunicación de los gestores de seguros con sus potenciales consumidores.



El objetivo es **personificar el isotipo**, darle vida para que logre conectar con el consumidor o el usuario transmitiendo sentimientos o emociones propias del ser humano. Que pueda reaccionar acorde a la interacción de quienes ingresen a la plataforma y haga de la navegación una experiencia única, empática y placentera. Hacer del logotipo un “logo vivo”.

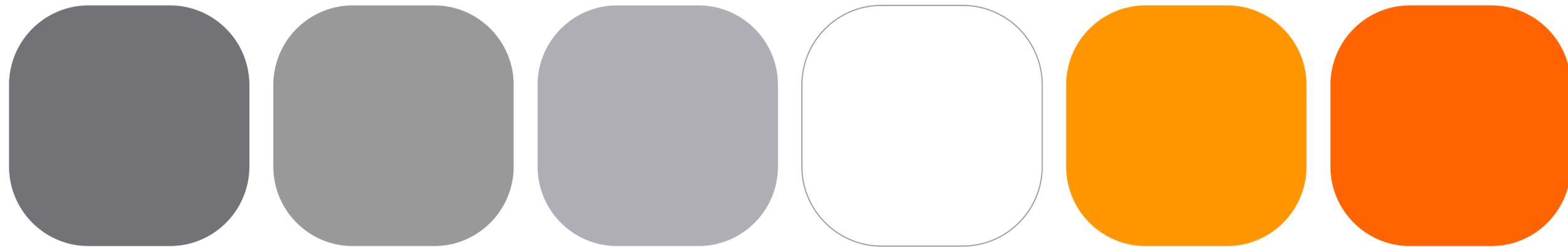


Señal que se pone en un escrito para indicar un acierto o una aprobación, también conocido como marca de verificación, tic, marca de cotejo, chequeado, comprobado, revisado.

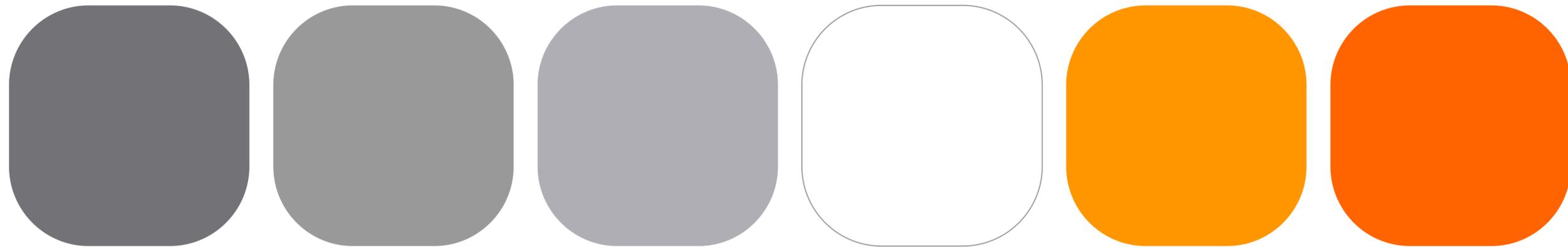
eva

Dentro del proceso de creación del logotipo se les ha dado un sentido lógico a cada letra, estrictamente apegado a la estructura propia de lo que es EVA. Es decir relacionar la palabra eva con la plataforma de seguros.

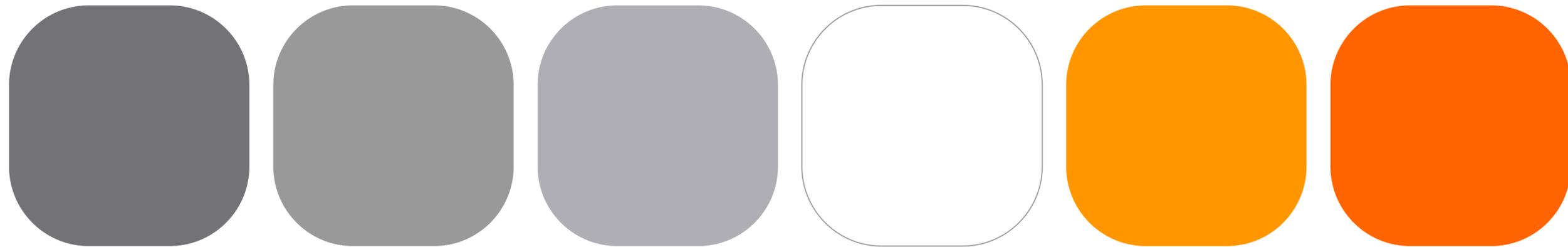
E: entorno **V:** virtual **A:** aseguradores.



- En el marketing, el color gris suele ser un color que se asocia generalmente con entidades estatales, para dar el aspecto de solidez, eficiencia y austeridad. No es raro entonces que asociemos este color con todo lo que sea empresarial y serio. Esto se debe a que el gris también representa las edificaciones originales que eran de concreto, asfalto y piedra.



- A nivel publicitario, el blanco puede asociarse a frescura, limpieza e higiene, por lo que está especialmente indicado para productos médicos relacionados con la salud. O simplicidad si lo vinculamos a tecnología.



- El naranja es entusiasmo, felicidad, atracción, creatividad, determinación, confianza, éxito, ambición, estímulo y generosidad. Recoge la felicidad del amarillo y la energía del rojo. Es un color muy cálido, sin ser agresivo como el rojo, estimula la creatividad y tiene un efecto vigorizante, vibrante, extrovertido y desinhibido. Significa aventura, optimismo, confianza en sí mismo y sociabilidad, por lo que es ideal para la comunicación. Tiene mucha visibilidad, por lo que también se puede usar para llamar la atención. En publicidad, el color naranja hace que un producto caro parezca más accesible.

Qeva[®]
entorno virtual
para aseguradores

Plataforma digital de seguros

Empieza a construir una experiencia
única para tus clientes.



Qeva[®]
entorno virtual
para aseguradores

Plataforma digital de seguros

Empieza a construir una experiencia
única para tus clientes.



Plataforma digital de seguros



Empieza a construir una experiencia única para tus clientes.

Qeva[®]
entorno virtual para aseguradores

Qeva[®]
entorno virtual para aseguradores



Empieza a construir una experiencia única para tus clientes.

Plataforma digital de seguros



Empieza a construir una experiencia
única para tus clientes.

Qeva[®]
entorno virtual
para aseguradores

Qeva[®]
entorno virtual
para aseguradores

Plataforma digital de seguros

Empieza a construir una experiencia
única para tus clientes.



TO BE DIFFERENT

Qeva[®]
entorno virtual
para aseguradores