



2021

Manual de Estilo Marca Paraguas



EULEN
FLEXIPLÁN



Introducción

Bienvenido al Manual de Estilo Corporativo del **EULEN FLEXIPLÁN** es la marca paraguas de EULEN Flexiplán Trabajo Temporal, EULEN Flexiplán Selección y EULEN Flexiplán Formación, una marca que recoge las Soluciones Globales de Empleo y Recursos Humanos de Grupo EULEN.

En él encontrarás pautas de diseño, imagen y comunicación para que cada componente de la Marca cuente con un estándar decalidad que asegure su correcto uso e interpretación.

De igual modo, el Manual pretende ser un referente a nivel interno, cuyo objetivo es dotar a la Marca de un nuevo estilo que refleje nuestra cultura, nuestros valores, nuestra forma de ser y todo aquello que queremos llegar a alcanzar.

Para cualquier duda, podrás ponerte en contacto con el Departamento de Marketing y Comunicación.

Gracias por ayudarnos a cuidar de nuestra imagen de Marca y sus valores.

Índice

01. Identidad Visual

- 01.1 Imagotipo
- 01.2 Área de respecto
- 01.3 Tamaño mínimo
- 01.4 Versiones cromáticas
- 01.5 Monocroma
- 01.6 Usos incorrectos
- 01.7 Paleta cromática
- 01.8 Tipografía
- 01.9 Iconografía
- 01.10 Infografía

02. Fotografía

- 02.1 Expresión
- 02.2 Tono
- 02.3 Plano
- 02.4 Composición
- 02.5 Encuadre
- 02.6 Tratamiento
- 02.7 Usos incorrectos

03. Aplicaciones

- 03.1 Papelería
- 03.2 Cartelería
- 03.3 Infografías
- 03.4 Vídeo
- 03.5 Comunicación online
- 03.6 Publicaciones en redes sociales

Identidad Visual



01.1 Imagetipo

01.2 Imagotipo

Nuestro imagotipo (unión de símbolo y logotipo) es el elemento visual diferenciador e identificador de la marca.

El imagotipo **debe seguir siempre las pautas** de aplicación mostradas en este Manual para crear una Marca consistente.



01.2 Imagotipo

El imagotipo está compuesto por dos grandes bloques, **el Símbolo y la Tipografía**.

Estos elementos nunca se podrán usar por separado, siempre se tendrán que usar como un conjunto, para mantener la estabilidad visual a la marca.

Símbolo



01.2 Imagotipo

El imagotipo está compuesto por dos grandes bloques, **el Símbolo y la Tipografía**.

Estos elementos nunca se podrán usar por separado, siempre se tendrán que usar como un conjunto, para mantener la estabilidad visual a la marca.

Tipografía



01.2 Área de respecto

01.3 Área de respecto

El contenedor ha sido construido mediante pautas ópticas y nunca se deben alterar sus proporciones.

A continuación, podemos observar el área de respeto que debe guardar siempre la marca. Esta se extrae de la altura de la letra "E" de la palabra EULEN.

El imago tipo se centra de una manera óptica en el equilibrio de ambas partes, tanto en la parte gráfica como la tipográfica; por lo tanto, para un uso correcto del imago tipo, nunca deberá ser construido y deberá ser utilizado a partir del entregable en vectorial.



01.3 Área de respecto

Si es necesario se puede colocar el imagotipo al borde del documento, de esa manera solo se utilizará el área de respecto de tres caras.

Explicación visual:



01.3 Tamaño mínimo

01.4 Tamaño mínimo

El tamaño mínimo del imagotipo marca el umbral que garantiza una óptima legibilidad. Hay que tenerlo en cuenta tanto para piezas digitales como impresas.

El tamaño mínimo para **piezas digitales** será de un ancho de **200 píxeles**.

El tamaño mínimo para **piezas impresas** será de un ancho de **25 mm**.



200 px



25 mm

01.4 Versiones cromáticas

01.5 Versiones cromáticas

Siempre que el imagotipo se reproduzca sobre el color corporativo Pantone 9043 C (01.) o fondos claros se utilizará la versión negativa del imagotipo (01.)

Únicamente cuando se plasme sobre el color corporativo Pantone 1235 C (02.) se empleará la versión negativa del imagotipo (02.).

Siempre que el imagotipo se reproduzca sobre el color corporativo Pantone 281 C (03.) o fondos oscuros se utilizará la versión positiva del imagotipo (03.)

01



02



03



01.5 Versiones cromáticas

Cuando el imago tipo se reproduzca sobre fondos de colores no corporativos, se optará por la versión que garantice una mayor visibilidad.

Sobre fondos de colores claros (01.) o imágenes con tonalidades claras (03.), utilizaremos la versión negativa del imago tipo.

Sobre fondos de colores oscuros (02.) o imágenes con tonalidades oscuras (04.), utilizaremos la versión positiva del imago tipo.

01



02



03



04



01.5 Monocroma

01.6 Monocroma

Cuando se reproduzca el imagotipo en escala de grises, optaremos por la versión que garantice una mejor visibilidad.

Sobre fondos claros (01.), utilizaremos la versión negativa del imagotipo, y sobre fondos oscuros (02.), la versión positiva.

01



02

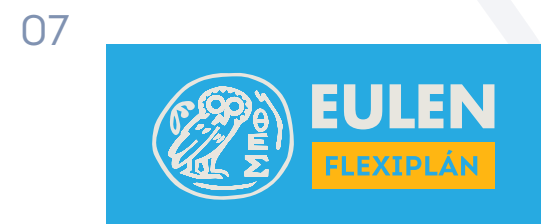


01.6 Usos incorrectos

01.7 Usos incorrectos

Se debe proteger siempre la correcta implementación del imago tipo. A continuación, se especifican algunos ejemplos de usos incorrectos que deben evitarse:

01. No aplicar el icono girado.
02. No aplicar el icono de otro imago tipo.
03. No alterar las proporciones del contenedor.
04. No generar declinaciones no pautadas.
05. No distorsionar el ancho ni el alto.
06. No utilizar el trazo en línea.
07. No utilizar colores no pautados.
06. No utilizar versiones cromáticas incorrectas.
08. No aplicar efectos sobre el imago tipo.
09. No utilizar el logotipo por debajo del tamaño mínimo contemplado en la pág. 16 de este Manual.



01.7 Paleta cromática

01.8 Paleta cromática

El color corporativo del EULEN FLEXIPLÁN **identifica visualmente al Grupo** y se debe aplicar en todas sus piezas comunicativas para **generar una identidad consistente y reconocible**.

En EULEN FLEXIPLÁN disponemos de un **color secundario** que nos permite **resaltar, diferenciar informaciones** dentro de tablas, gráficas e infografías. Este color es el **Pantone 1235 C**.

Pantone 9043 C

CMYK: 11, 8, 13, 0

RGB: 232, 230, 223

HEX/HTML: #E8E6DF

Pantone 1235 C

CMYK: 0, 36, 98, 0

RGB: 255, 182, 18

HEX/HTML: #FFB612

Pantone 281 C

CMYK: 100, 85, 5, 35

RGB: 0, 38, 100

HEX/HTML: #002664

01.8 Paleta cromática

Los colores primarios de EULEN FLEXIPLÁN son el **Pantone 1235 C** y el **Pantone 281 C**. La utilización correcta de esta gama de color es imprescindible, ya que permite crear y **reforzar la conciencia de marca y facilita ser reconocidos** por nuestros clientes internos y externos.

Según el tipo de papel, utilizaremos colores **Pantone Coated** (con brillo) **para papeles estucados** y **Pantone Uncoated** (mate) **para papeles no estucados**.

Por lo tanto, para imprimir en papel estucado utilizaremos **Pantone 1235 C** y el **Pantone 281 C** -Pantone Coated-. Y, para papel no estucado **Pantone 1235 U** y el **Pantone 281 U** -Pantone Uncoated-.

Pantone 9043 C

CMYK: 11, 8, 13, 0
RGB: 232, 230, 223
HEX/HTML: #E8E6DF

Pantone 1235 C

CMYK: 0, 36, 98, 0
RGB: 255, 182, 18
HEX/HTML: #FFB612

Pantone 281 C

CMYK: 100, 85, 5, 35
RGB: 0, 38, 100
HEX/HTML: #002664

01.8 Tipografía

01.9 Tipografía

INTRO

Disponemos de una familia tipográfica corporativa para lograr una mayor homogeneidad visual en todos los ámbitos de la Marca.

Se utilizarán diferentes variantes de esta tipografía para lograr una óptima jerarquía de todos los contenidos textuales de la Marca.

Intro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Intro Ligh Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Intro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Intro Regular Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Intro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Intro Bold Itlaic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

Intro Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Intro Black Itlaic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

01.9 Tipografía

Este es un ejemplo de cómo pueden combinarse los diferentes pesos y variantes de nuestra familia tipográfica para generar contenidos textuales con una jerarquía que facilite su lectura.

Las variantes en itálicas se pueden usar para resaltar palabras o citas.

Liderazgo

Titular
Intro Regular

LOREM IPSUM DOLO R

Subtitular
Intro Semibold

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit .

Texto
Intro Light

Sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatu r

“Ut enim ad minima veniam, quis nostrum citationem ullam corporis suscipit a boriosam, nisi ut aliquid ella commodi consequatur. Illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatu r.”

Cita
Intro Semibold Itali c

01.9 Iconografía

01.10 Iconografía

El estilo iconográfico unifica las marcas de EULEN FLEXIPLÁN y crea homogeneidad con el estilo de Grupo EULEN.

Estilo lineal: todos los iconos de la Marca están trazados mediante línea, sin utilizar elementos en masa.

Simplicidad: los iconos buscan siempre la mayor simplicidad formal, evitando la inclusión de elementos superfluos.

Carácter geométrico: siempre que sea posible, se emplearán formas geométricas para trazar los iconos.



01.10 Iconografía

Siempre que los iconos se reproduzcan sobre un color corporativo se deben utilizar las siguientes combinaciones cromáticas:

01. Sobre **Pantone 9043 C**
o **colores claros**.

02. Sobre **Pantone 1235 C**.

03. Sobre **Pantone 281 C**
o **colores oscuros**.

01



02



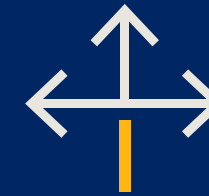
03



01.10 Iconografía

La iconografía se compone con un trazo de línea continua, que incluye siempre el color corporativo **Pantone 1235 C**.

Estos trazos permiten ilustrar conceptos cotidianos, sencillos y fáciles de entender, que encajan dentro de las Soluciones Globales de empleo y Recursos Humanos.



01.10 Iconografía

La iconografía se compone con un trazo de línea continua, que incluye siempre el color corporativo **Pantone 1235 C**.

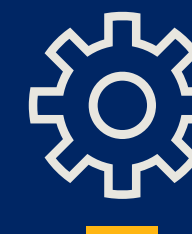
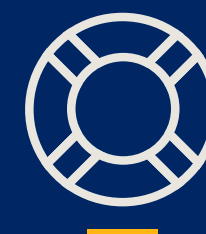
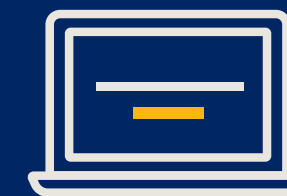
Estos trazos permiten ilustrar conceptos cotidianos, sencillos y fáciles de entender, que encajan dentro de las Soluciones Globales de empleo y Recursos Humanos.



01.10 Iconografía

La iconografía se compone con un trazo de línea continua, que incluye siempre el color corporativo **Pantone 1235 C**.

Estos trazos permiten ilustrar conceptos cotidianos, sencillos y fáciles de entender, que encajan dentro de las Soluciones Globales de empleo y Recursos Humanos.

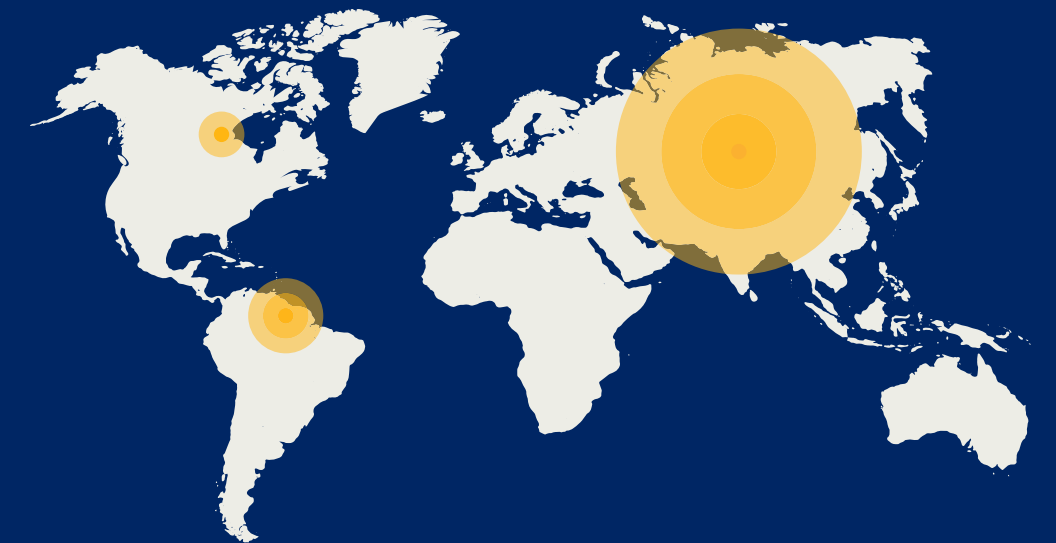
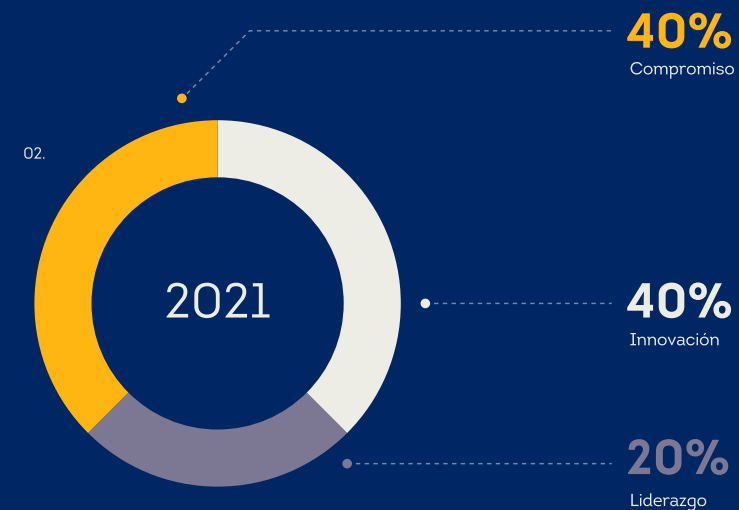
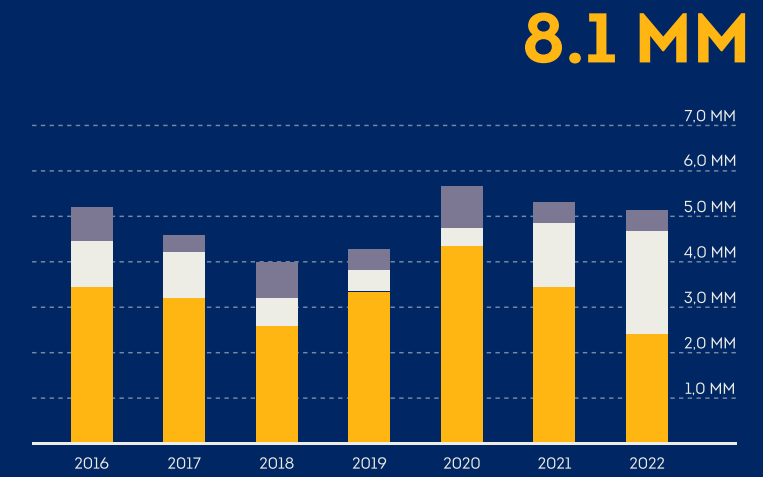
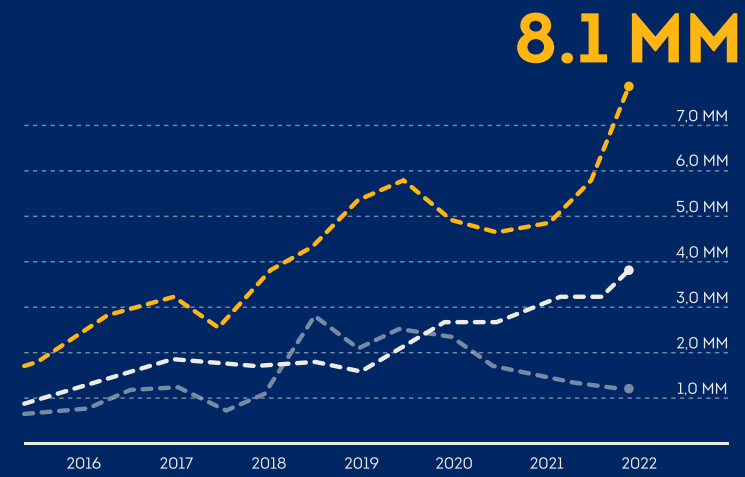


02.10 Infografía

01.11 Iconografía

La Marca dispone de un estilo infográfico para visualizar los datos y transmitirlos de una forma más intuitiva.

Este estilo infográfico conjuga todos los elementos de la identidad (colores, tipografías, etc.) para dar continuidad al estilo visual de la Marca.



01.11 Iconografía

Cuando se necesite destacar algún dato, se puede utilizar alguno de los siguientes estilos tipográficos en función de la relevancia:

01. Relevancia media: Color: **Pantone 281 C.**
Tipografía: Intro Book/ Estilo: Masa.

02. Relevancia alta: Color: **Pantone 281 C.**
Tipografía: Intro Bold Alt / Estilo: Masa.

03. Relevancia muy alta: Color: **Pantone 1235 C.**
Tipografía: Intro Bold Alt / Estilo: Outline.

+1,23 %

45.000.000

+134%

01.11 Iconografía

Para generar un gráfico de línea se deben tener en cuenta las siguientes pautas:

01. Eje vertical

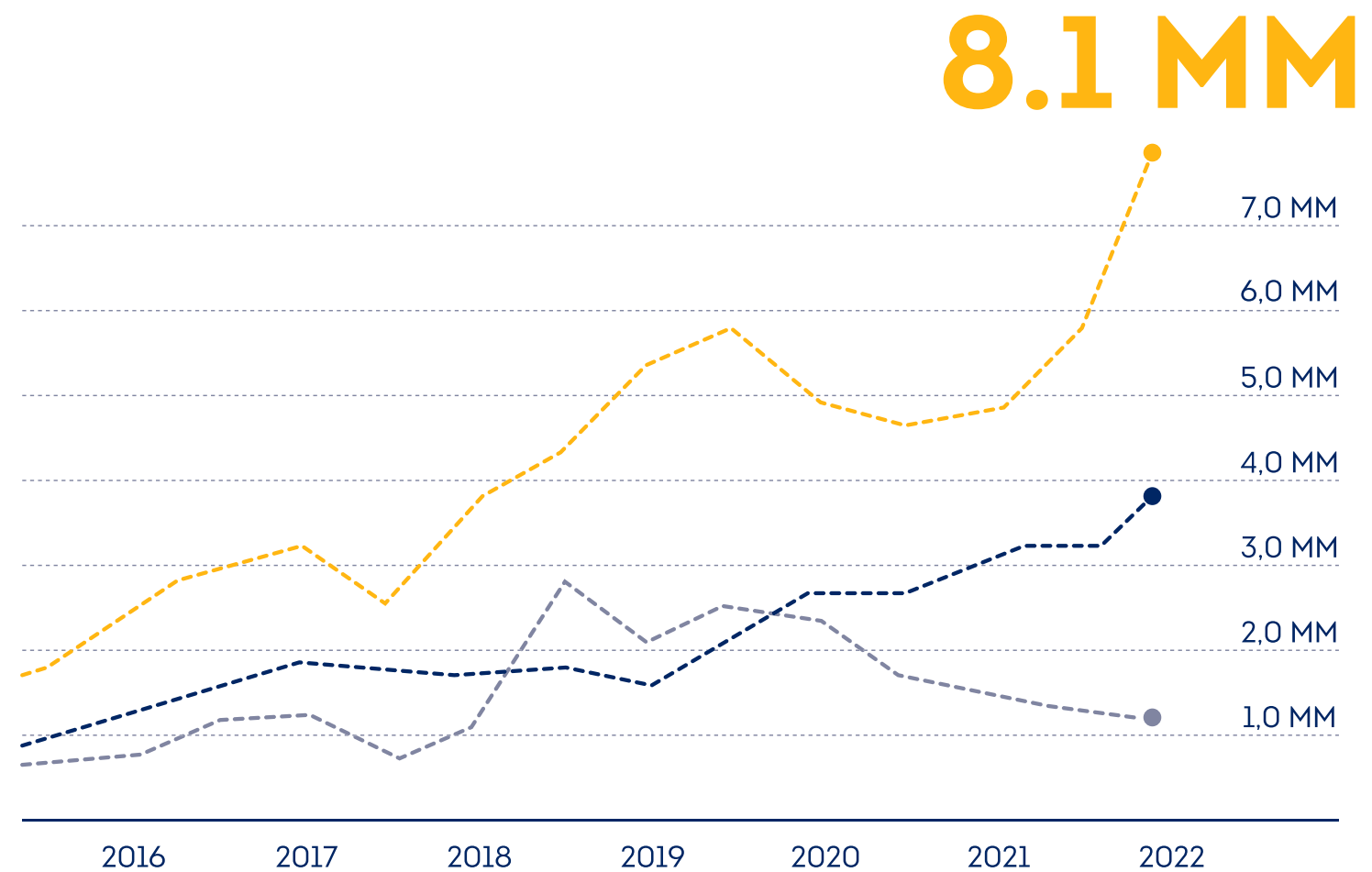
- **Líneas:** Color: **Pantone 281 C** (50 % opacidad). Estilo: Línea discontinua.
- **Datos eje vertical:** Color: **Pantone 281 C**. (50% opacidad)/ Tipografía: Intro Light.

02. Eje horizontal

- **Línea base:** Color: **Pantone 281 C**. Estilo: Línea continua.
- **Datos eje horizontal:** Color: **Pantone 281 C**. Tipografía: Intro Light.

03. Contenido

- **Línea:** Color: colores corporativos según necesidades de diseño + **Pantone 281 C** (50 % opacidad). Estilo: Línea gruesa discontinua.
- **Datos destacados:** Color: colores corporativos según necesidades de diseño.



01.11 Iconografía

Para generar un gráfico de línea se deben tener en cuenta las siguientes pautas:

01. Eje vertical

- **Líneas:** Color: **Pantone 281 C** (50 % opacidad). Estilo: Línea discontinua.
- **Datos eje vertical:** Color: **Pantone 281 C** (50% opacidad)/ Tipografía: Intro Light.

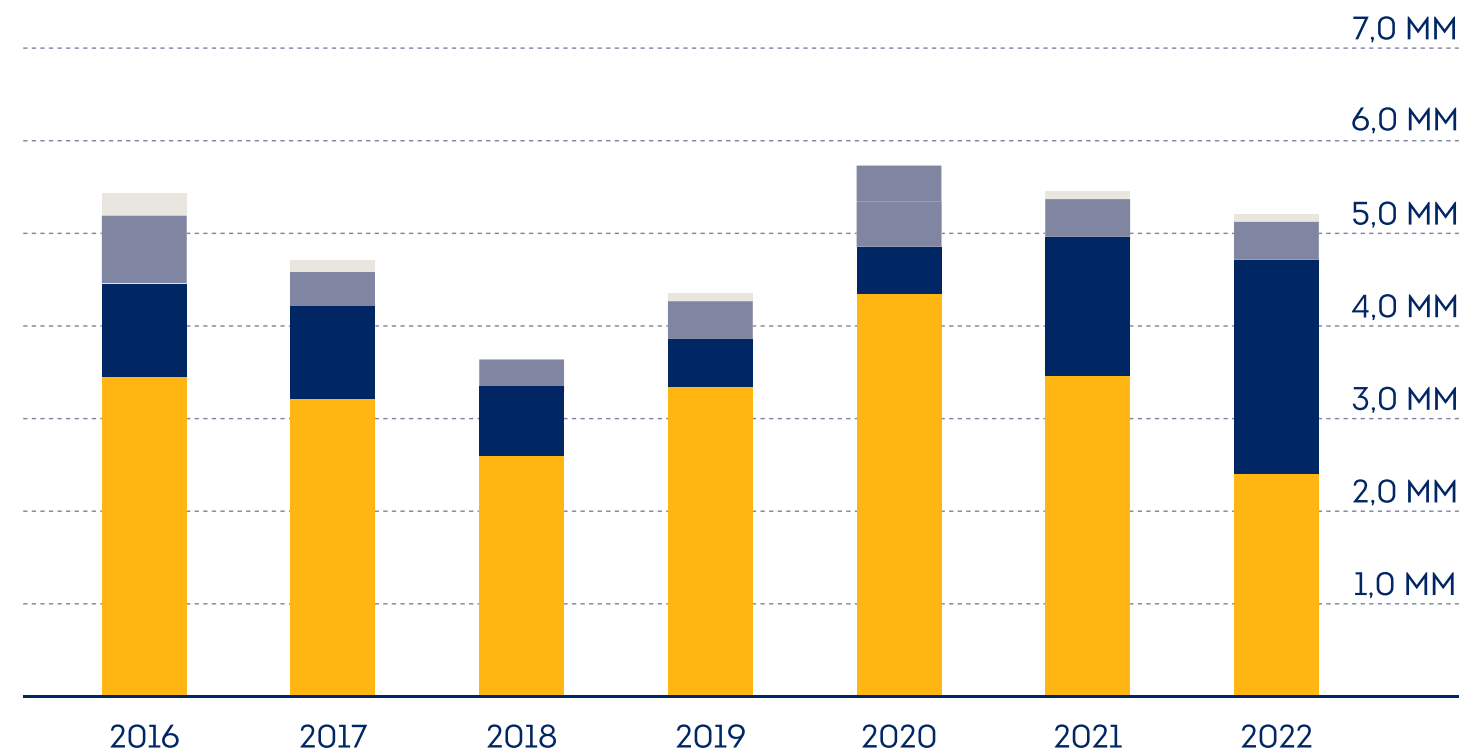
02. Eje horizontal

- **Línea base:** Color: **Pantone 281 C**. Estilo: Línea continua.
- **Datos eje horizontal:** Color: **Pantone 281 C**. Tipografía: Intro Light.

03. Contenido

- **Línea:** Color: colores corporativos según necesidades de diseño + **Pantone 281 C** (50 % opacidad). Estilo: Línea gruesa discontinua.
- **Datos destacados:** Color: colores corporativos según necesidades de diseño.

8.1 MM



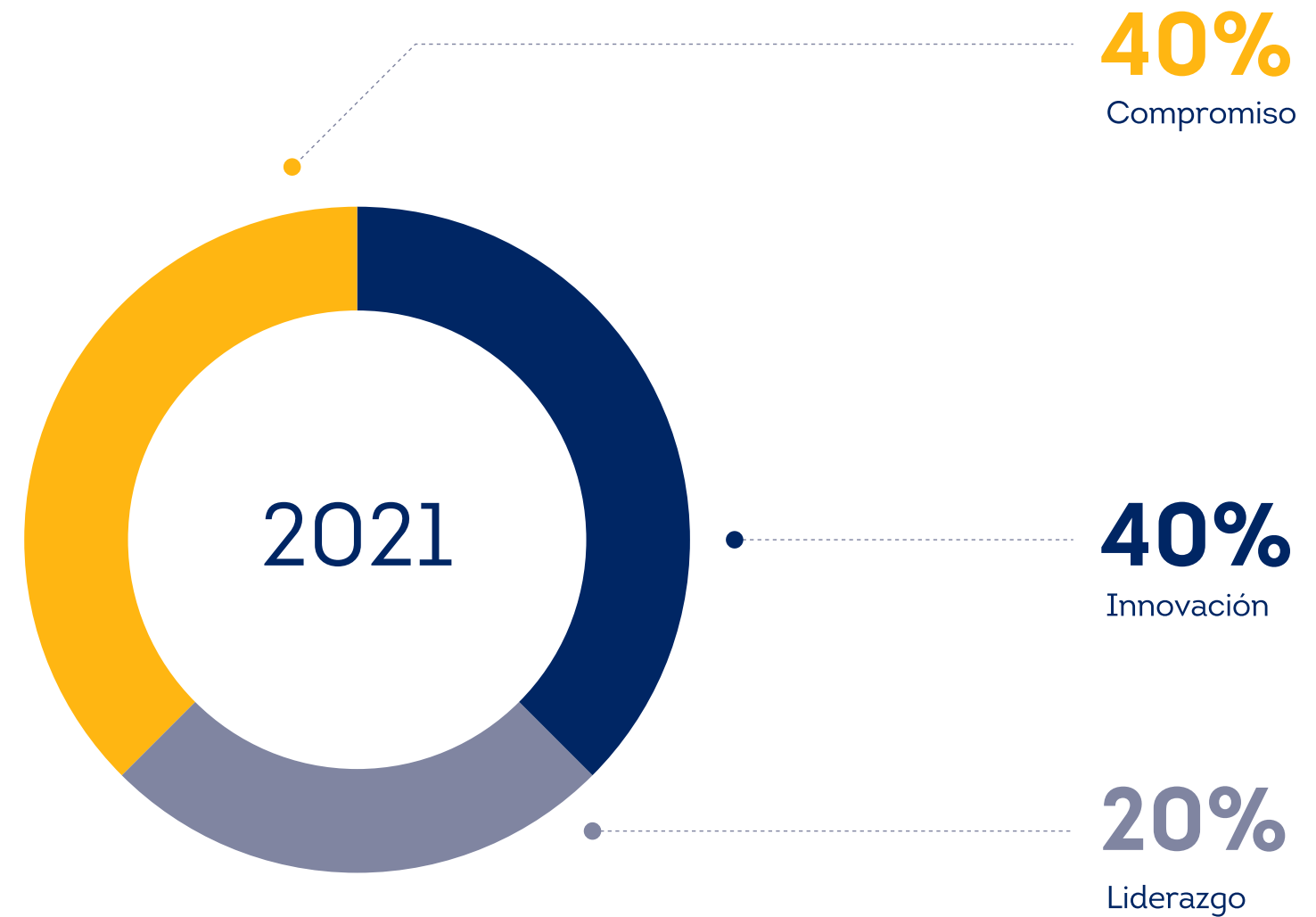
01.11 Iconografía

Para generar un gráfico de tarta se deben tener en cuenta las siguientes pautas:

01. Título: Color: + **Pantone 281 C**.
Tipografía: Intro regular.

02. Gráfico: colores corporativos según necesidades de diseño + **Pantone 281 C** (50 % opacidad). Estilo: Masa

03. Datos destacados: Color: colores corporativos según necesidades de diseño + **Pantone 281 C** (50 % opacidad).



01.11 Iconografía

Para generar una infografía geográfica se deben tener en cuenta las siguientes pautas:

01. Mapa: Color: **Pantone 281 C.**
Estilo: masa.

02. Zona destacada: Color: **Pantone 1235 C.**
(Reducción opacidad). Estilo: masa.

03. Punto destacado: Color: **Pantone 1235 C.**
Estilo: masa.



Fotografía



02.1 Expresión

02 Fotografía

02.1 Expresión

Un estilo fotográfico definido contribuye a transmitir los valores de nuestra Marca.

A continuación, se muestran algunos ejemplos de cómo la Marca se expresa mediante la fotografía:

01. Líderes en Soluciones Globales de RRHH y empleo.

02. Especialización.

03. Innovación, compromiso, calidad humana.



02.2 Tono

02.2 Tono

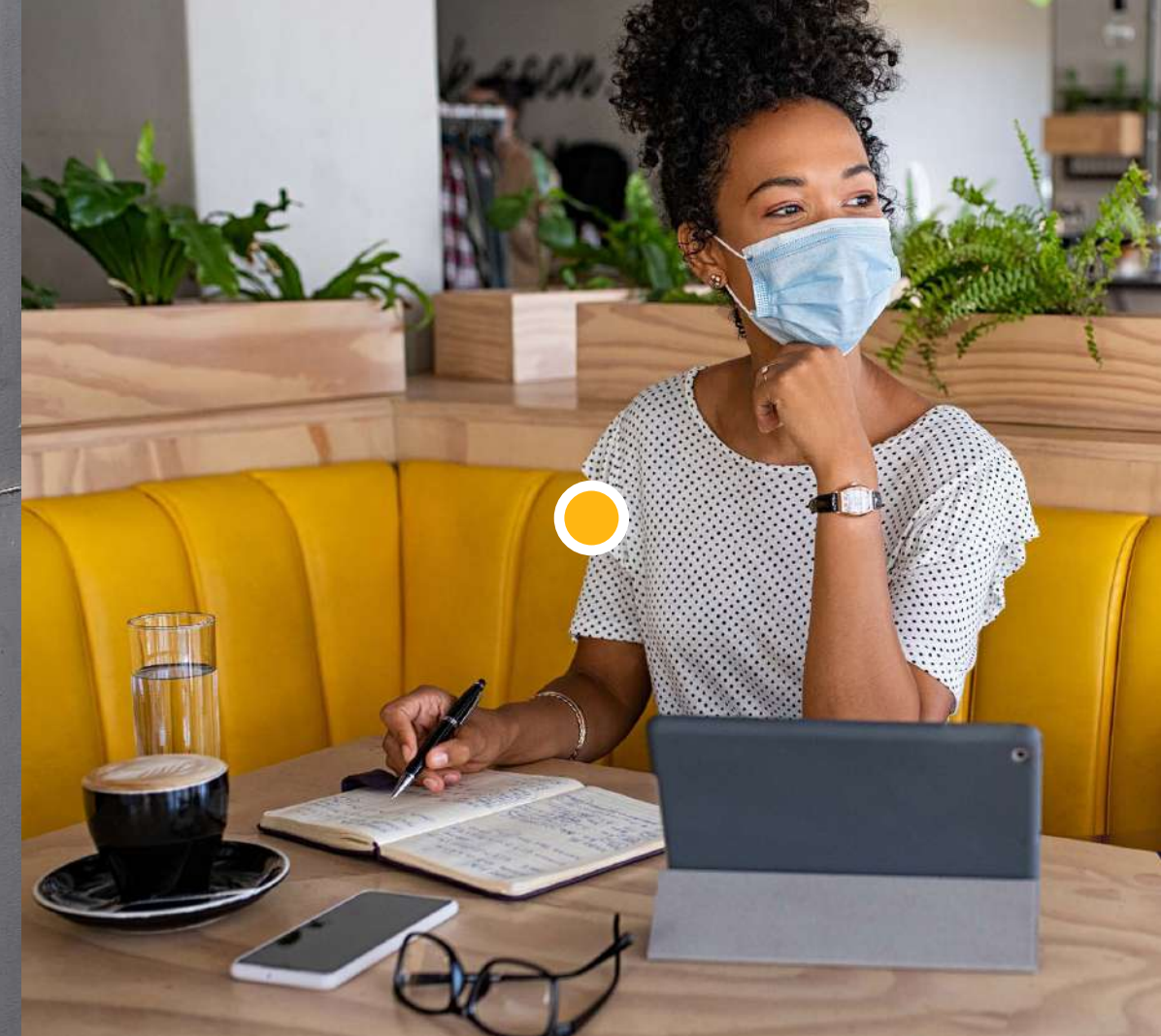
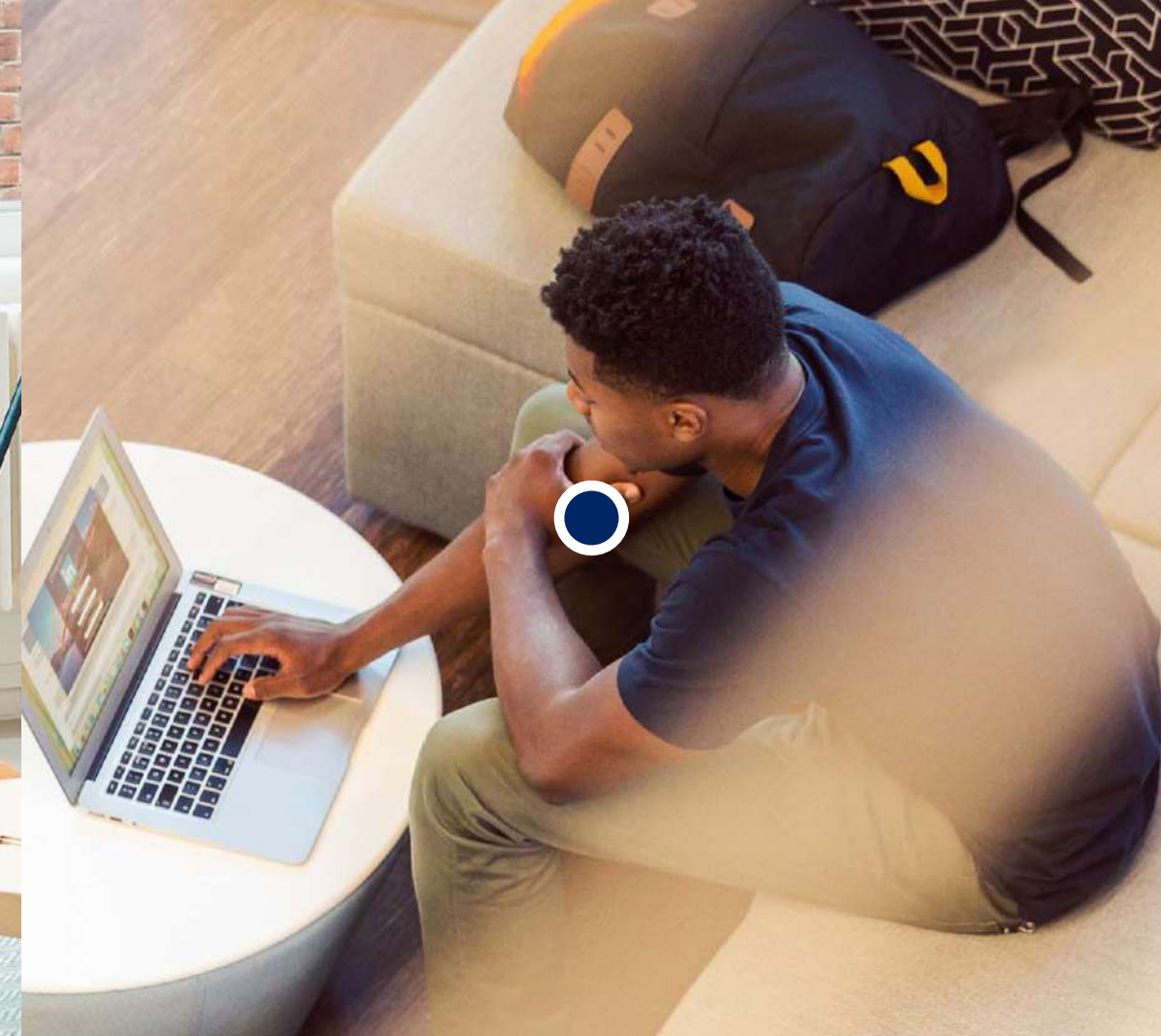
Para mantener una coherencia en el estilo fotográfico de la Marca, todas las imágenes deben respetar algunas pautas en cuanto al tono y la iluminación.

Paleta cromática: se buscan imágenes que contengan las tonalidades de la paleta cromática de la marca. En caso de que no contengan esas tonalidades, se aplicará un retoque fotográfico para lograrlo.

De ese modo el usuario del contenido relacionará las imágenes con la marca, creando así un universo gráfico con mayor fuerza.

Se debe evitar el uso de colores muy saturados, optando por tonalidades más neutras.

Iluminación: se buscan imágenes con una iluminación natural y homogénea. Deben evitarse reflejos, sombras muy pronunciadas o iluminaciones artificiales.



02.3 Plano

02.3 Plano

Las imágenes pueden alternar entre diferentes tipos de planos para lograr distintos efectos visuales:

01. Plano general: este tipo de plano nos ayuda a transmitir el liderazgo de la marca en el sector de los Recursos Humanos y su presencia internacional.

02. Primer plano: refleja la experiencia, profesionalidad y pasión de la compañía. Pone el foco en la persona y la empleabilidad.

03. Plano detalle: también, pueden utilizarse planos detalle de situaciones, movimientos, acciones, dispositivos, elementos, entre otros del día a día, para mostrar el carácter humano de la marca o para expresar metáforas o aspiraciones de la marca.



02.4 Composición

02 Fotografía

02.4 Composición

A nivel de composición se buscarán imágenes que cumplan con alguno de estos requisitos:

01. Simplicidad

02. Homogeneidad cromática

03. Desenfoque

Los fondos neutros permitirán, además, superponer mensajes legibles.



02.5 Encuadre

02.5 Encuadre

Tomaremos en cuenta el elemento protagonista de la imagen a la hora de encuadrarla.



03.6 Tratamiento

03.6 Tratamiento

Se ha creado un retoque fotográfico* para que cada imagen respire el tono de la marca.

Para el filtro 1, seguir los siguientes pasos:

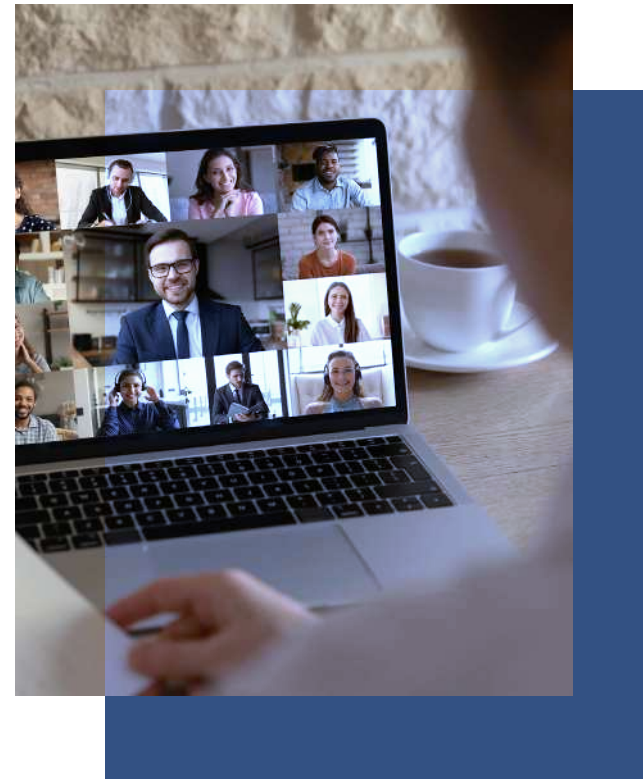
01. Se superpone una capa del color azul corporativo en modo Color Dodge al 60 % (fig. 01).

02. Se añade una tercera capa en modo Multiplicar al 30 % de opacidad. (fig. 02).

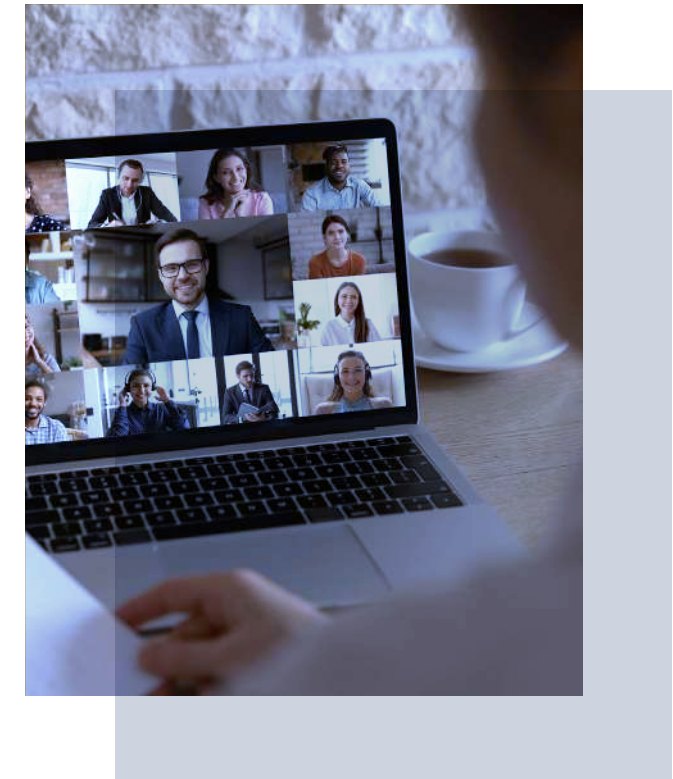
03. Obtenemos como resultado un tratamiento uniforme en toda la Marca (fig. 03).

*Se utilizará en creatividades que se publican en redes sociales que precisan mayor agilidad de producción.

01



02



03



03.6 Tratamiento

Se ha creado un retoque fotográfico* para que cada imagen respire el tono de la marca.

Para el filtro 2 seguir los siguientes pasos:

01. Se superpone una capa del color amarillo corporativo en modo Color Dodge al 40 % (fig. 01).

02. Se añade una tercera capa en modo Multiplicar al 40 % de opacidad. (fig. 02).

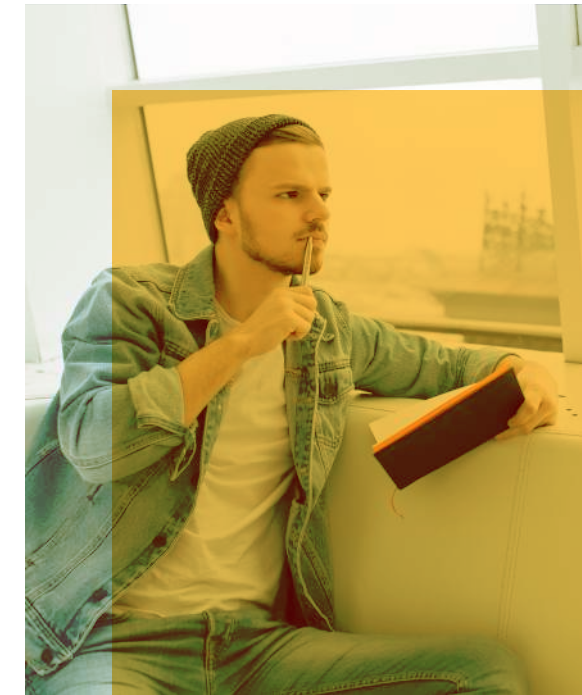
03. Obtenemos como resultado un tratamiento uniforme en toda la Marca (fig. 03).

*Se utilizará en creatividades que se publican en redes sociales que precisan mayor agilidad de producción.

01



02



03



02.7 Usos incorrectos

02.6 Usos incorrectos

Para mantener un estilo fotográfico coherente y en sintonía con la nueva identidad, evitaremos los estilos fotográficos que no cumplan los estándares anteriores.

01. Evitar fotografías con tratamientos o retoques forzados, con tonos cromáticos que no estén en armonía con la identidad.

02. Evitar fotografías silueteadas y con poses forzadas que no aporten naturalidad.

03. Evitar montajes de imágenes para narrar un concepto que transmitan falta de calidad y no cumplen con el estilo pautado para la Marca.

04. Evitar fondos recargados que distraigan o no aporten información relevante.

05. Evitar fotografías con luces forzadas o reflejos.

06. Evitar planos forzados o poco naturales.

01



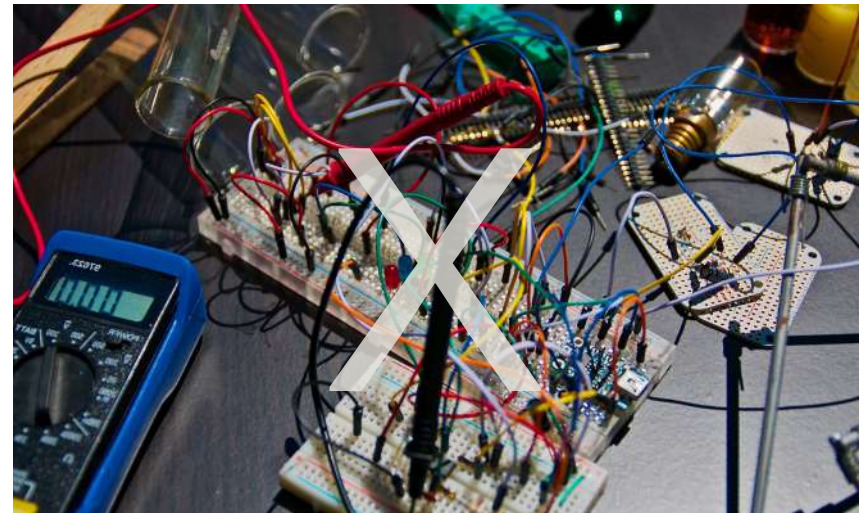
02



03



04



05



06



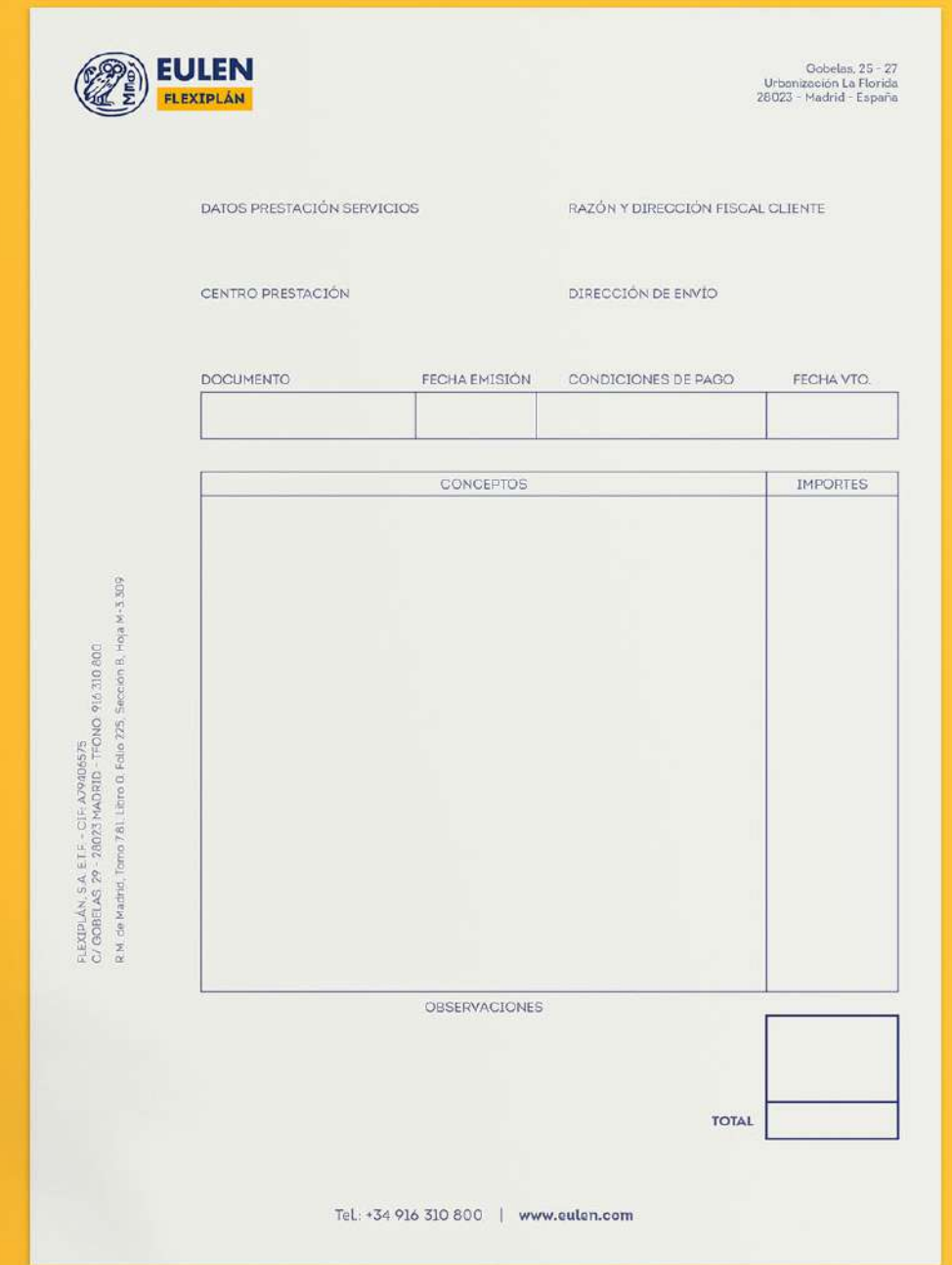
Aplicaciones

35

03.1 Papelería

03.1 Papelería

La papelería corporativa o también llamada entidad corporativa son todos los elementos gráficos utilizados por nuestra empresa para la comunicación o marketing como, cartas, sobres, tarjetas y facturas.



03.1 Papelería

La papelería corporativa o también llamada entidad corporativa son todos los elementos gráficos utilizados por nuestra empresa para la comunicación o marketing como, cartas, sobres, tarjetas y facturas.



03.2 Cartelería

03.2 Cartelería

El nuevo cartelismo de EULEN FLEXIPLÁN, lo dividimos en tres bloques:

01. Cartel marca paraguas.

02. Cartel marca paraguas con una marca.

03. Cartel marca paraguas con las tres submarcas.



03.2 Cartelería

Ejemplo de aplicación en cartelería de EULEN FLEXIPLÁN.

Aplicación marca paraguas



**Liderazgo
Compromiso
Innovación**

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipisici elit,
sed eiusmod tempor incididunt



Aplicación convivencia entre marca paraguas y submarca



**Liderazgo
Compromiso
Innovación**

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipisici elit,
sed eiusmod tempor incididunt



03.3 Infografías

03.3 Infografías

Las infografías son representaciones visuales informativas. El objetivo principal de las infografías es **transmitir información de forma más dinámica**, viva e imaginativa.

En el diseño de EULEN Flexiplán, las infografías son una de las **máximas representaciones del estilo de la marca**, ya que intervienen muchos elementos visuales: texto, fotografía, ilustraciones y gráficos.

Las infografías se basan en una **retícula de dos columnas** divididas por un medianil fijo y con una línea de apoyo central para cada una. También constan de unos **márgenes** fijos en ambos lados, la medida de los cuales también se utiliza para las distancias superiores e inferiores de cada franja.



Línea de apoyo

03.3 Infografías

Las infografías son representaciones visuales informativas. El objetivo principal de las infografías es **transmitir información de forma más dinámica**, viva e imaginativa.

En el diseño de EULEN Flexiplán, las infografías son una de las **máximas representaciones del estilo de la marca**, ya que intervienen muchos elementos visuales: texto, fotografía, ilustraciones y gráficos.

Las infografías se basan en una **retícula de dos columnas** divididas por un medianil fijo y con una línea de apoyo central para cada una. También constan de unos **márgenes** fijos en ambos lados, la medida de los cuales también se utiliza para las distancias superiores e inferiores de cada franja.



03.4 Vídeo

03.4 Vídeo

El faldón (también llamado Chyron) sirve para dar **información extra o resaltar datos importantes**. Lo encontramos en la parte inferior de la pantalla con el icono de la marca justo delante.

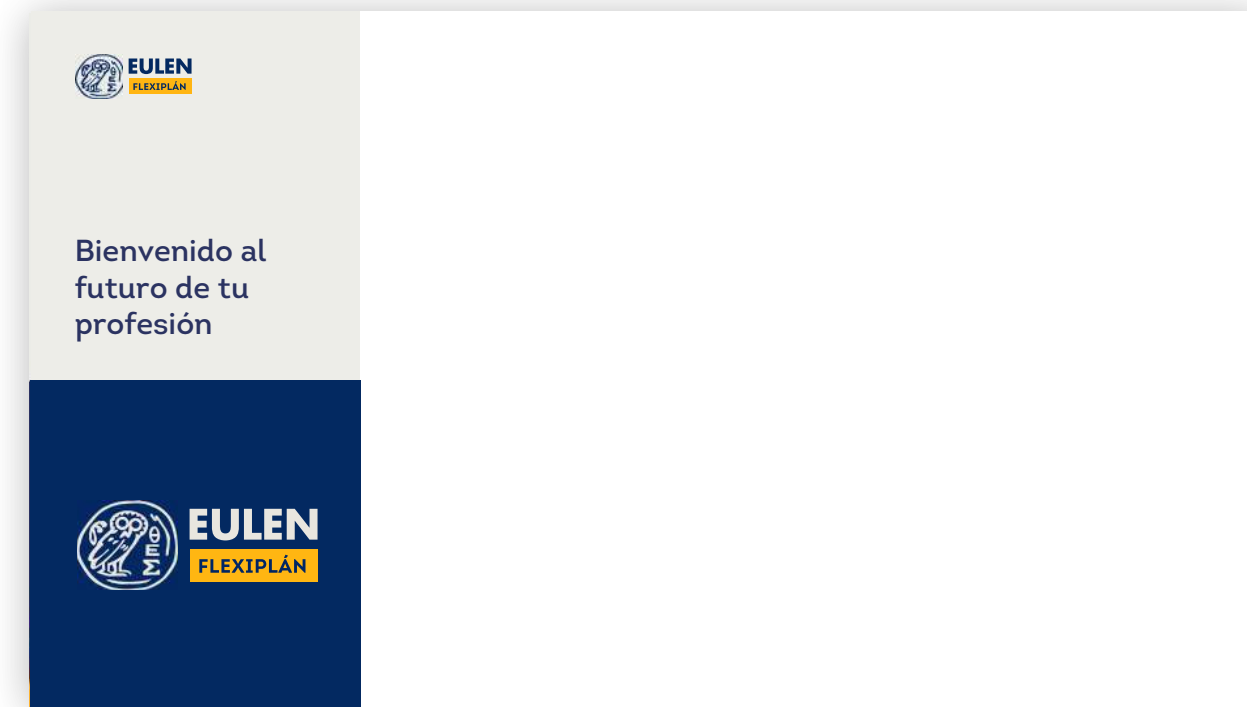
Podemos observar una opción para fondos oscuros y otra para fondos claros.



03.4 Vídeo

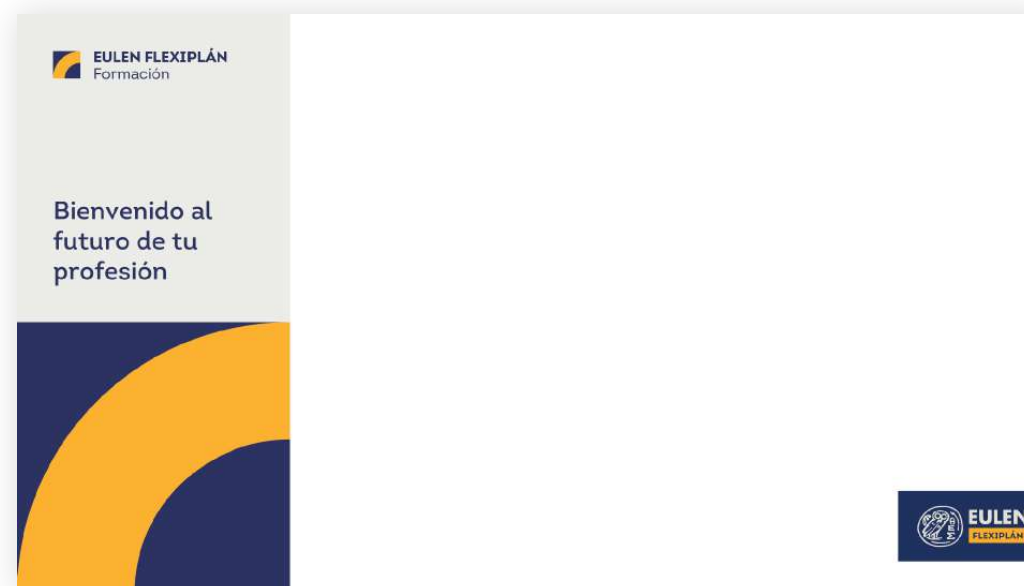
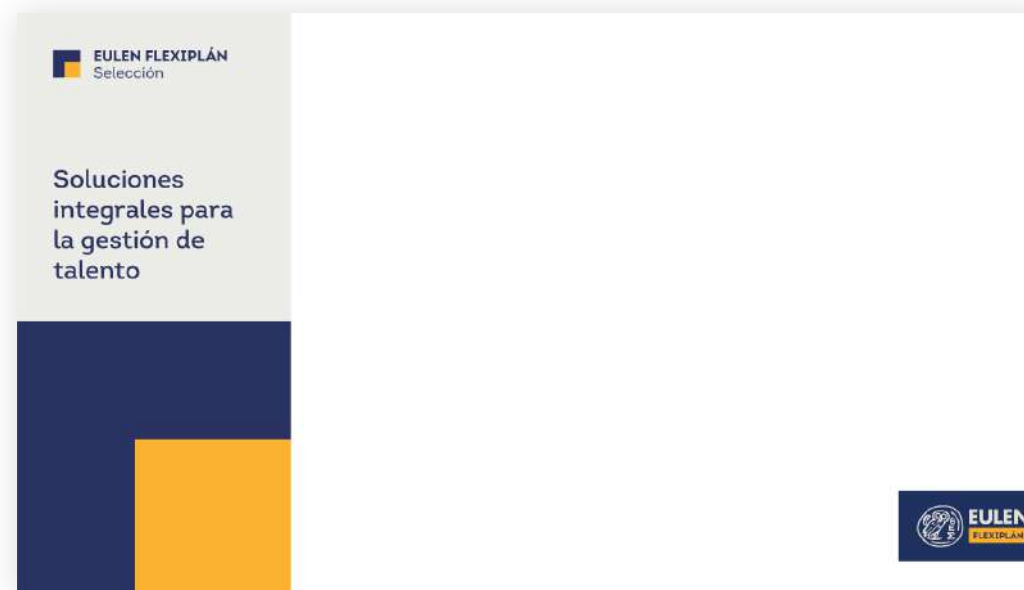
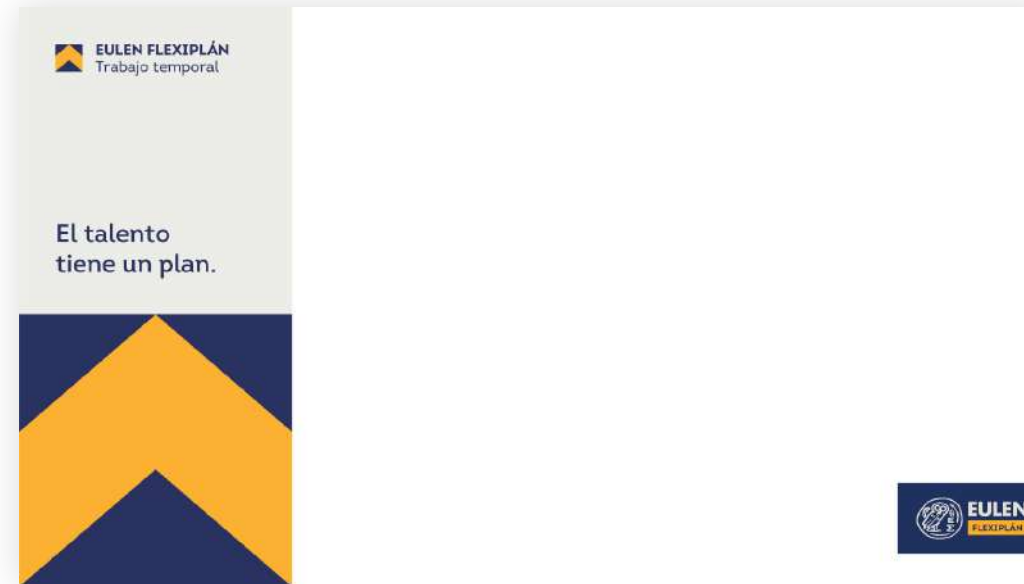
Para dividir los apartados del vídeo podemos usar diferentes tramados para darle **dinamismo al contenido**.

Aplicación marca paraguas



03.4 Vídeo

Para dividir los apartados del vídeo podemos usar diferentes tramados para darle **dinamismo al contenido**.

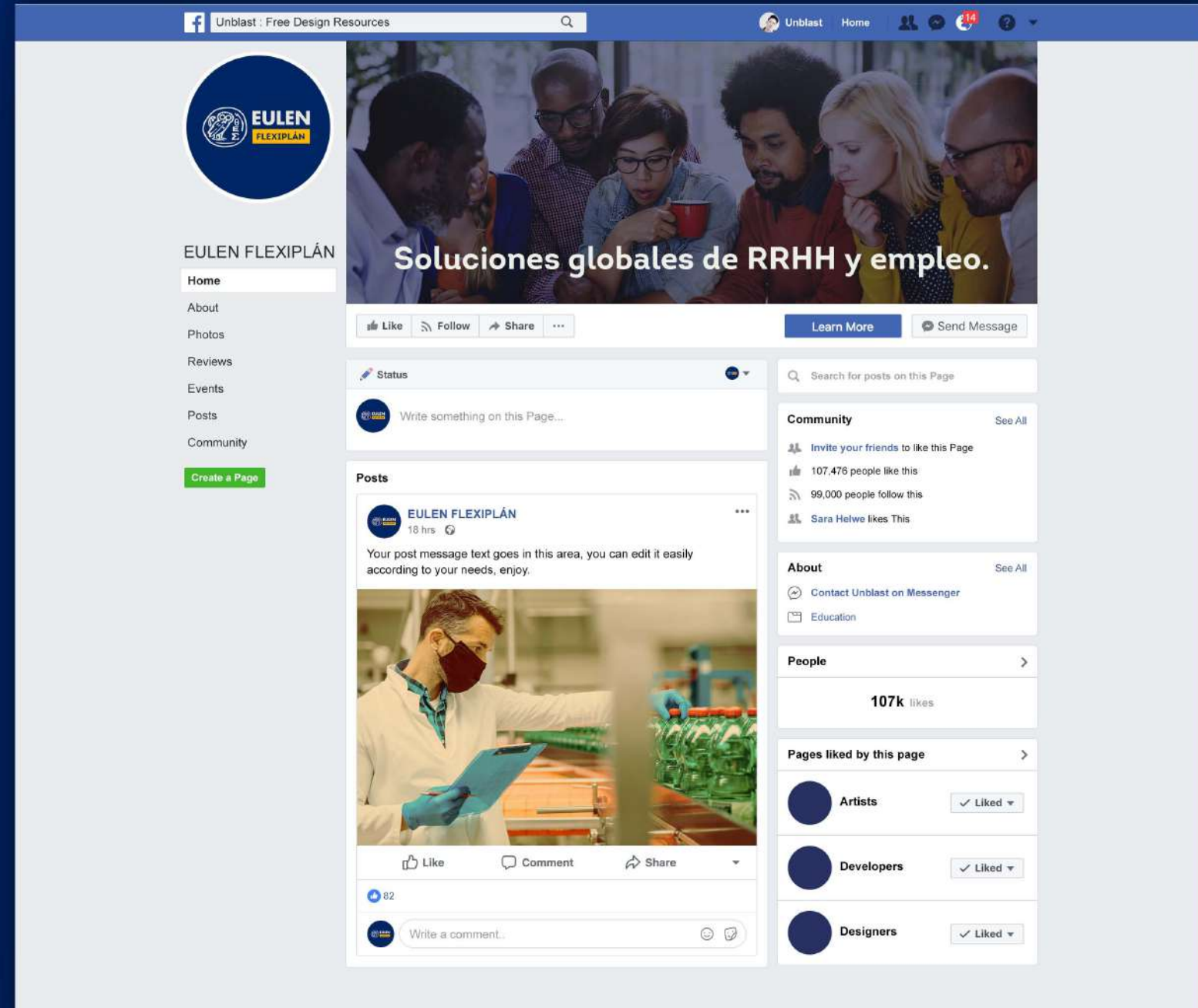


03.5 Comunicación online

03.5 Comunicación online

Visual de **Facebook**.

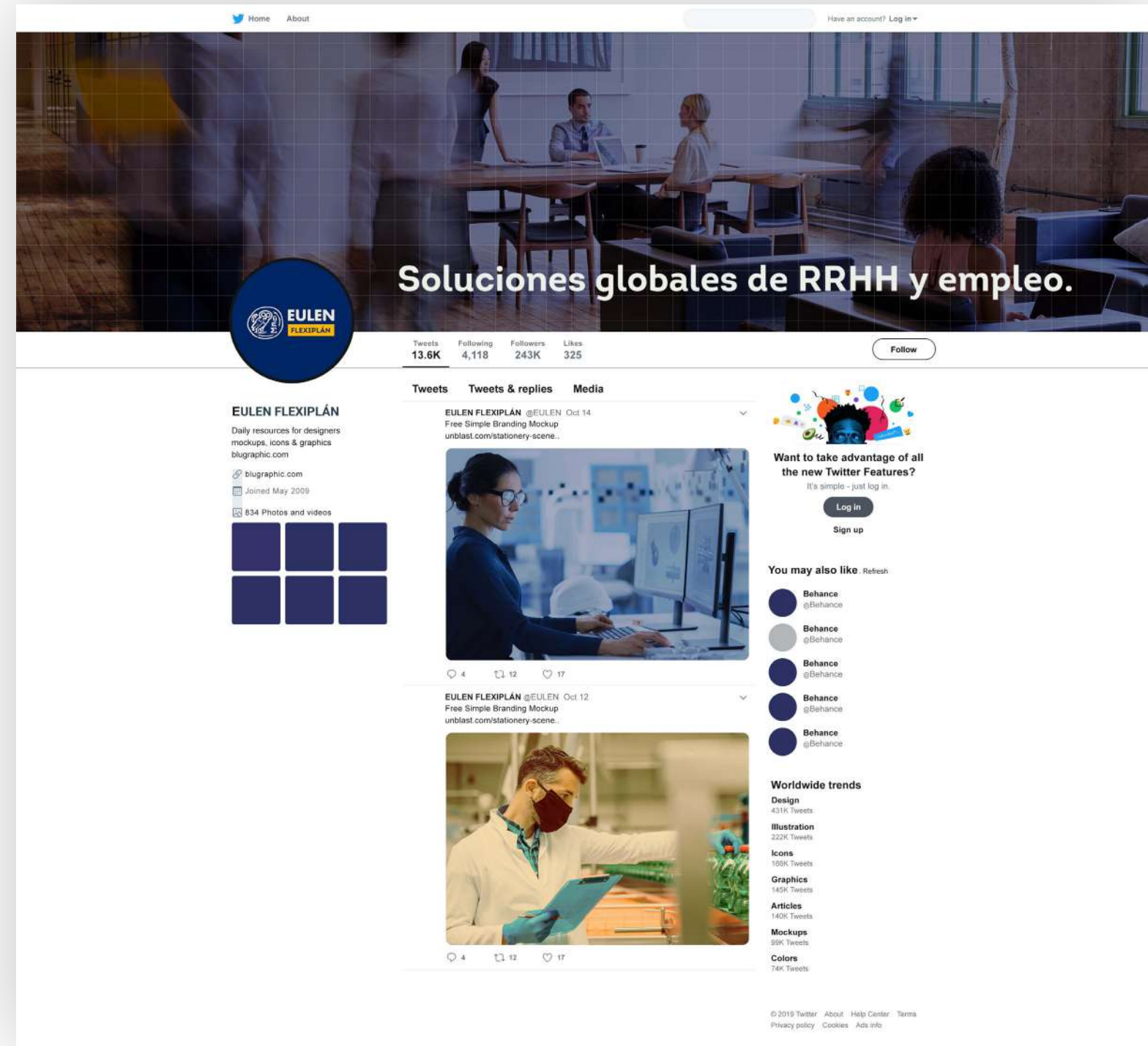
Para subir un mayor número de contenido de manera fluida y fácil, a las fotografías que no encajen cromáticamente con nuestra marca le aplicaremos el filtro creado de la página (pág. 54)



03.5 Comunicación online

Visual de Twitter.

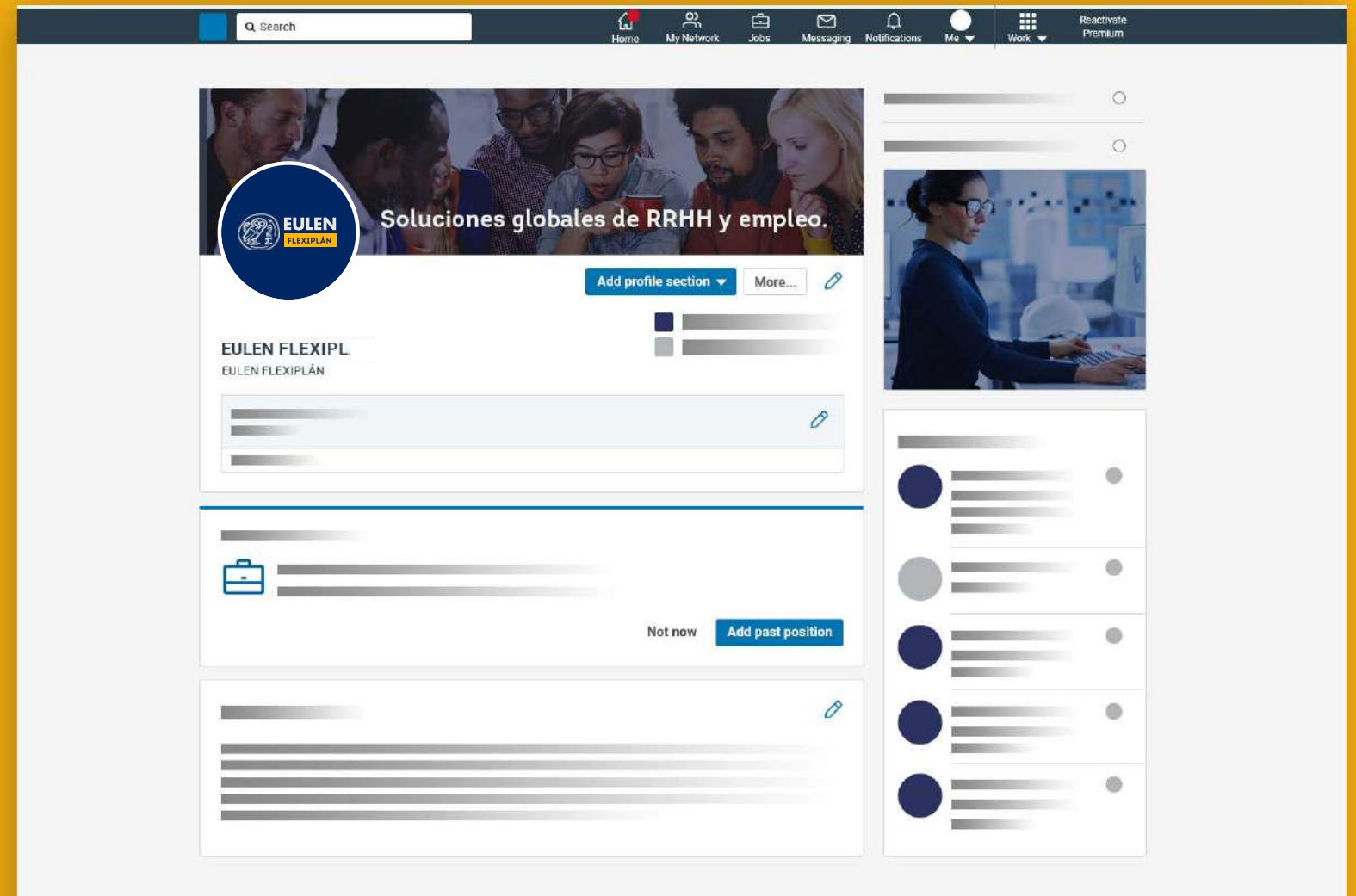
Para subir un mayor número de contenido de manera fluida y fácil, a las fotografías que no encajen cromáticamente con nuestra marca le aplicaremos el filtro creado de la página (pág. 54)



03.5 Comunicación online

Visual de **LinkedIn**.

Para subir un mayor número de contenido de manera fluida y fácil, a las fotografías que no encajen cromáticamente con nuestra marca le aplicaremos el filtro creado de la página (pág. 54)



03.5 Comunicación online

Firma **correo electrónico**.

Nuevo Mensaje


Para

Asunto

Lorem ipsum dolor sit amet,
Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
ut aliquip.

Nombre Apellido Apellido

Cargo / Departamento
+34 916 310 800 / 600 000 000
mail.flexiplan@eulen.com
www.flexiplan.eulen.com



Enviar

03.6 Publicaciones en Redes Sociales

03.6 Publicaciones en Redes Sociales

En los posts de nuestras redes sociales de Facebook, Twitter y LinkedIn existen cuatro tipos de contenidos para publicar.

01. Dayketings/Eventos: anuncian e informan sobre un día internacional o una fecha especial de un evento.

02. Citas célebres: se utilizan con el fin de inspirar y motivar a los usuarios a través del significado de cada una de ellas.

03. Flexinews: contenidos propios sobre la naturaleza de la compañía que pretenden informar y formar a los usuarios.

04. Ofertas laborales: informan de las ofertas de las que dispone la compañía EULEN FLEXIPLÁN en las distintas plataformas de empleo. En estas publicaciones se informa sobre el tipo de vacante y su ubicación.



03.6 Publicaciones en Redes Sociales

Los Dayketings sirven para anunciar una fecha, por este motivo, es la protagonista de la composición. Aparece siempre con tipografía Intro Bold en color azul corporativo con el fin de destacar.

El nombre del Día Internacional o del evento se coloca debajo de la fecha en Intro Light, en azul corporativo.

El texto siempre **se acompaña de una ilustración** en el lado derecho.

Para finalizar, respecto al fondo, **solo se usa el amarillo corporativo o el gris corporativo**, continuando con el juego de contraste de las ilustraciones y las infografías.

01. Dayketings/Eventos

Aplicación marca paraguas



Aplicación convivencia entre marca paraguas y submarca



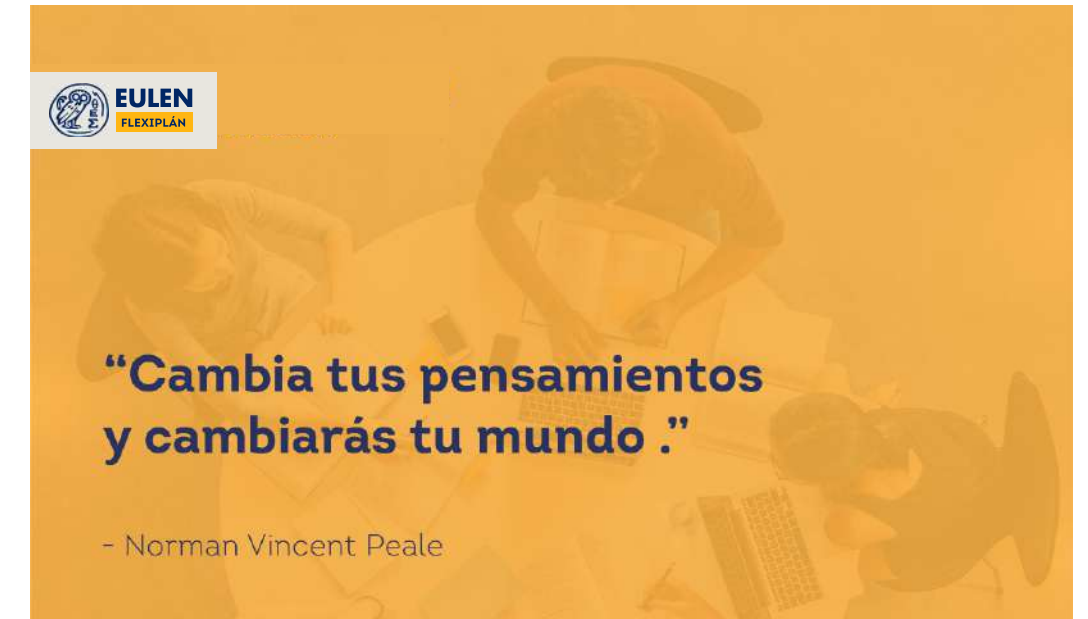
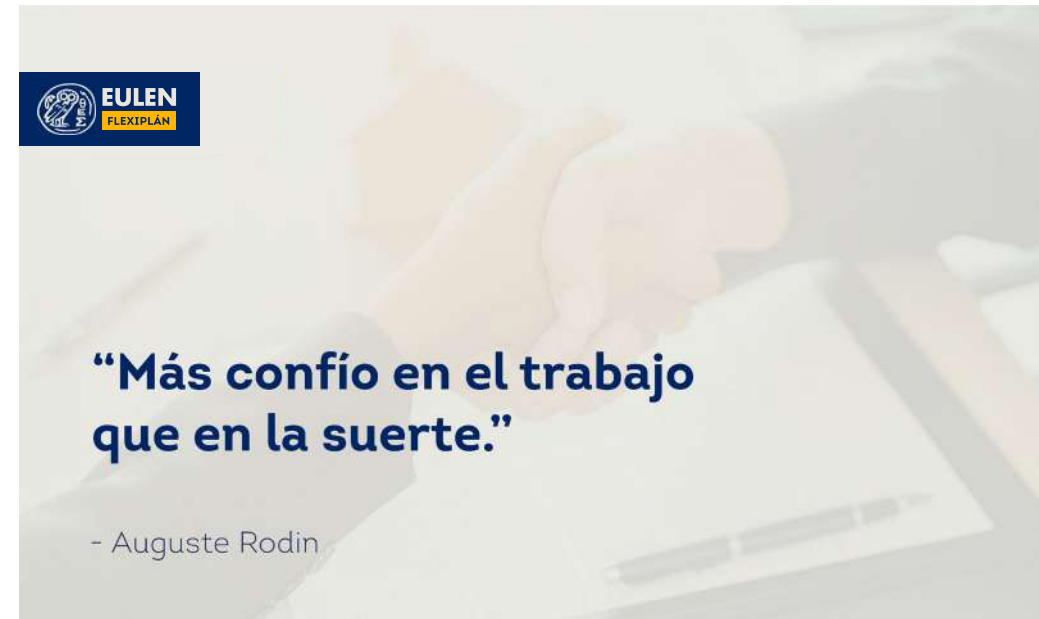
03.6 Publicaciones en Redes Sociales

Las frases inspiradoras se componen con un fondo plano de los colores corporativos.

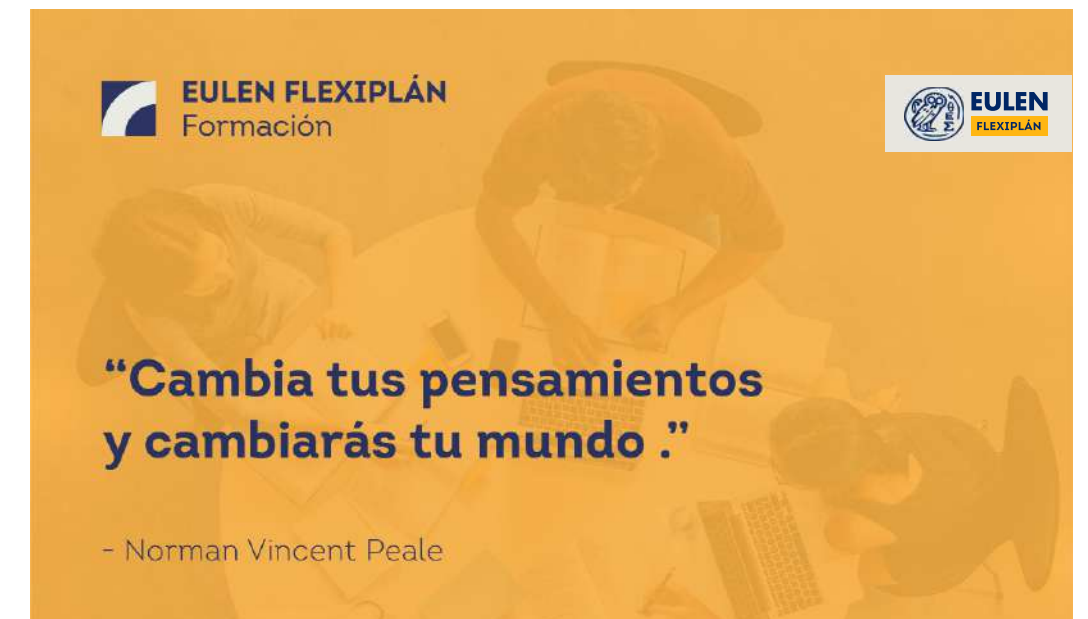
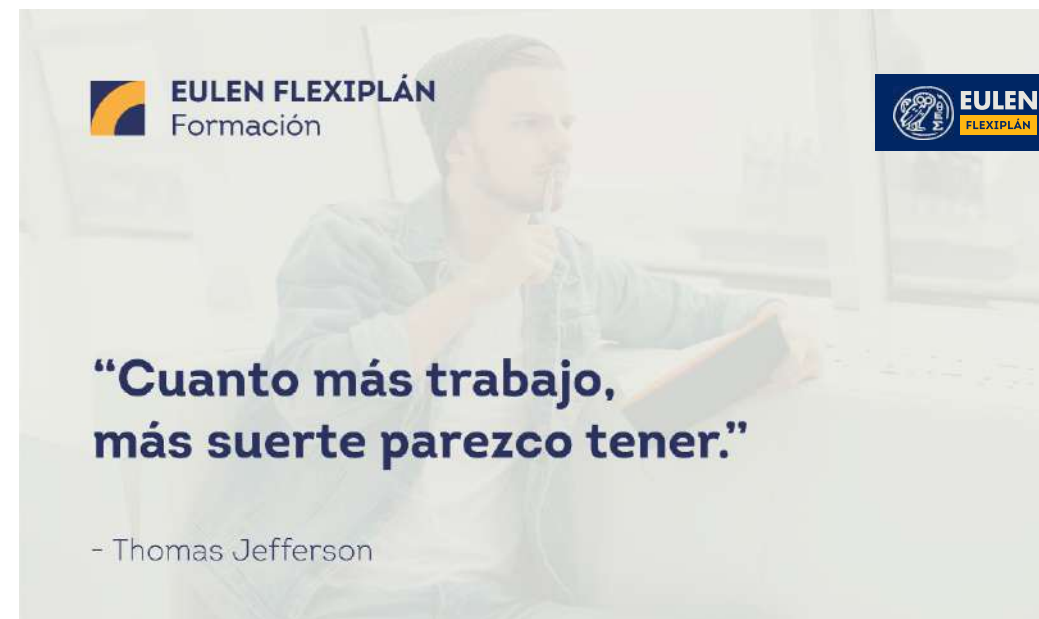
Para destacar la cita se utiliza la tipografía Intro Bold en azul corporativo.

El autor o autora de la cita se sitúa debajo en tamaño menor. Se escribe en Intro Light y utilizando el color corporativo más adiente.

Aplicación marca paraguas



Aplicación convivencia entre marca paraguas y submarca



03.6 Publicaciones en Redes Sociales

Las ofertas de empleo se dividirán en dos bloques, el primero tendrá toda la información de la oferta haciendo caja a la izquierda y el segundo bloque será una imagen donde **nos aporte más información visual** de la oferta, con tratamiento de color.

Aplicación marca paraguas



Aplicación convivencia entre marca paraguas y submarca



03.6 Publicaciones en Redes Sociales

Las Flexinews se dividirán en dos bloques, el primero tendrá toda la información de la oferta haciendo caja a la izquierda y el segundo bloque será una imagen donde nos aporte más información visual de las Flexinews, con tratamiento de color.

Aplicación marca paraguas



Aplicación convivencia entre marca paraguas y submarca



Gracias