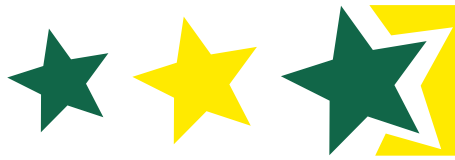


Dirección de Mercadeo

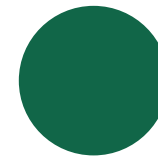
MANUAL DE VITRINISMO

GayaGaya

¡La red multiservicios de los tolimenses!



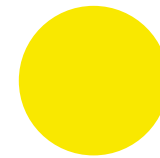
Aplicación de Colores



Pantone 3435 C

C: 90
M: 40
Y: 80
K: 20

R: 7
G: 92
B: 70i



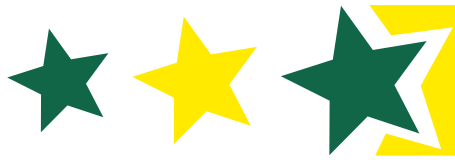
Pantone 803 C

C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 255
B: 0

Esta es la aplicación autorizada para el uso y aplicación del logotipo de GANAGANA, con las equivalencias en tintas process y en referencias PANTONE® que deben ser utilizadas en cada pieza y/o ejecución visual de la marca.

Recomendación: Se debe procurar utilizar las tintas PANTONE® dado su mayor impacto visual, en caso contrario se puede hacer uso de policromía siempre y cuando se manejen los valores descritos en la imagen.



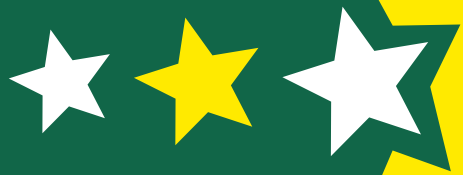
Versiones

Gana Gana

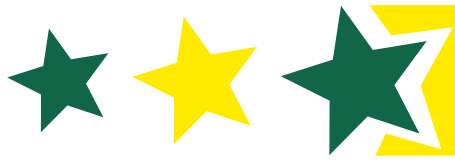
¡La red multiservicios de los tolimenses!

Gana Gana

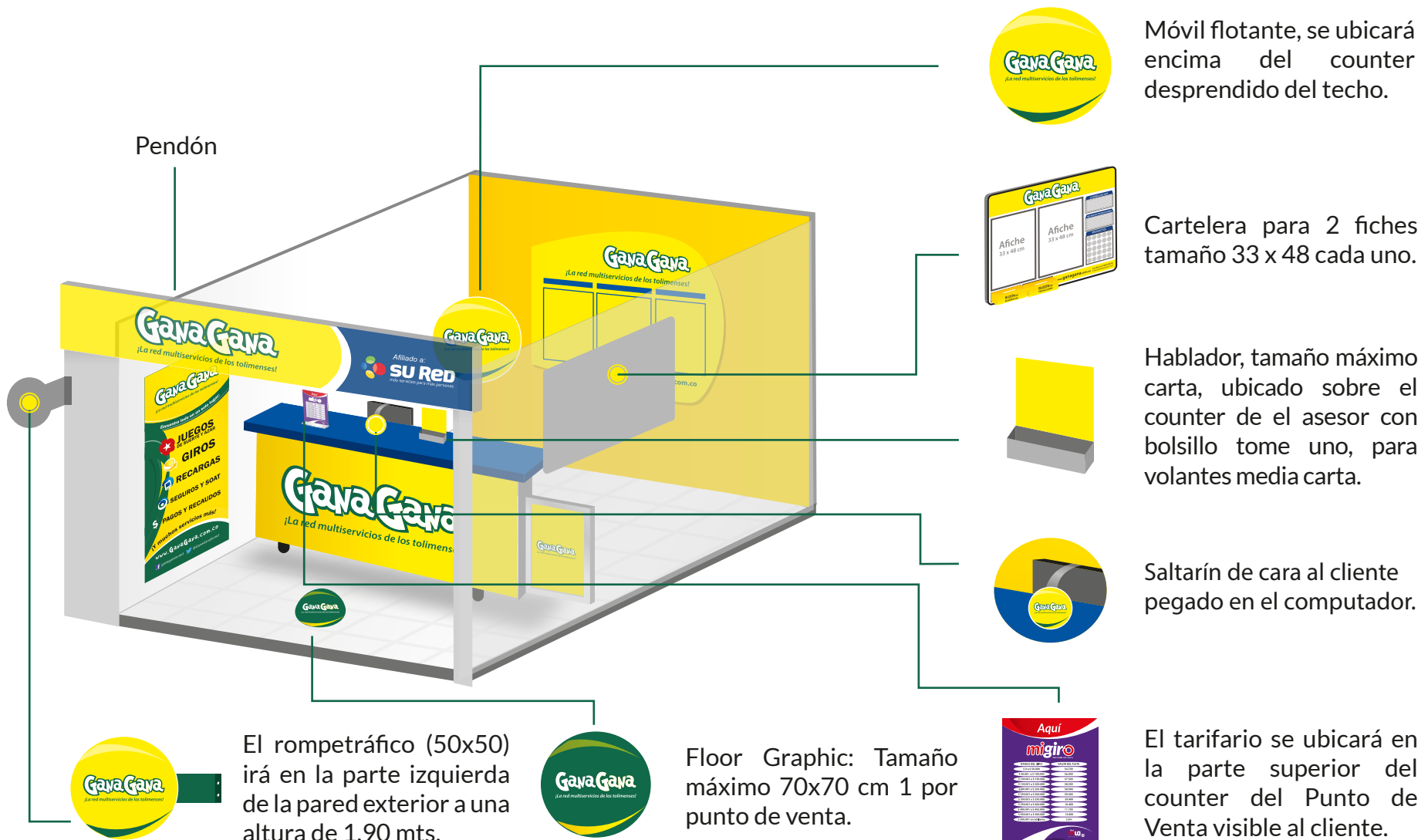
¡La red multiservicios de los tolimenses!

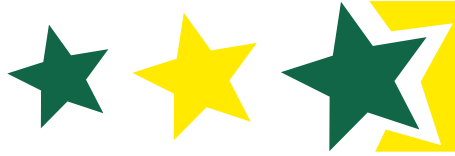


Ubicación de material P.O.P.



Merchandising de presentación





PDV Estandar





Merchandising de Gestión

Toda actividad realizada en nuestros puntos de venta, por cualquier empresa, aliado estratégico o marca, debe ser validada y aprobada por la dirección de Mercadeo.

Entre otros está:

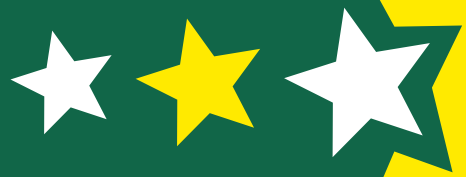
- Encuestas en punto de venta.
- Ventas de aliados en los puntos GanaGana.
- Ubicación temporal de módulos de venta.
- Entrega de obsequios y/o entrada a eventos.
- Redenciones promocionales.



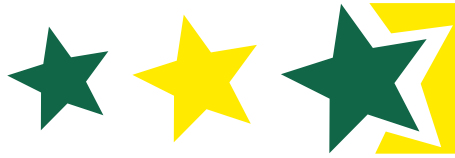
Merchandising de Seducción

Las actividades de impulso y promoción en los puntos de venta GanaGana, deben ser concertados con la dirección de Mercadeo para actividades como:

- Activación de puntos de venta.
- Campañas BTL en punto.
- Publicidad en las pantallas de los puntos de venta.
- Exhibiciones.
- Iluminación de productos.
- Elevación de productos.



Co-branding



Co-branding

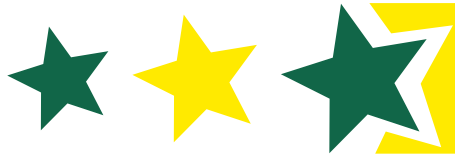


Gana Gana
¡La red multiservicios de los tolimenses!

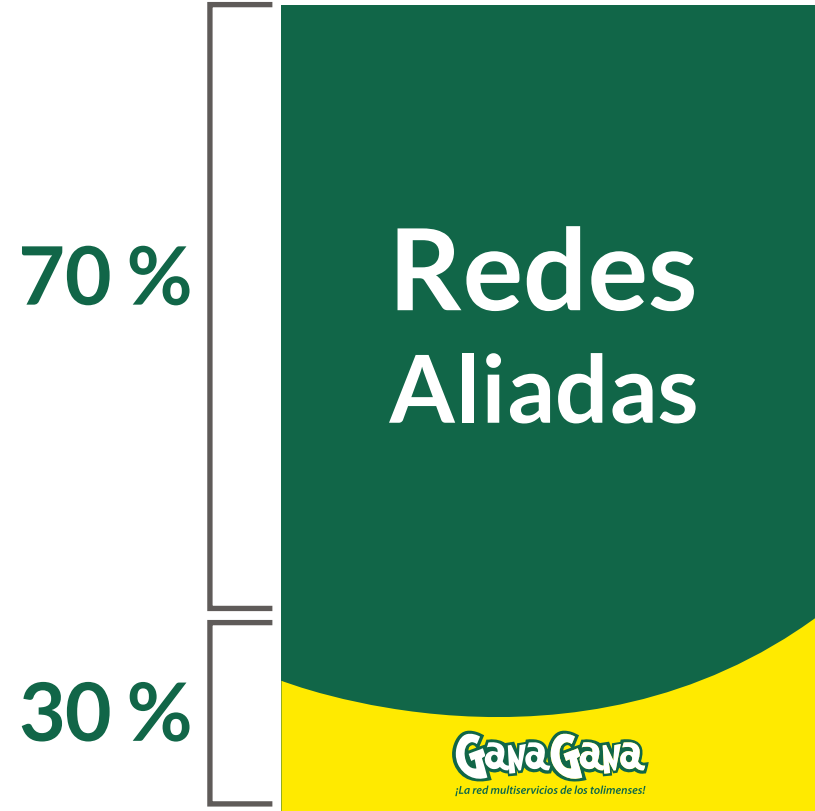
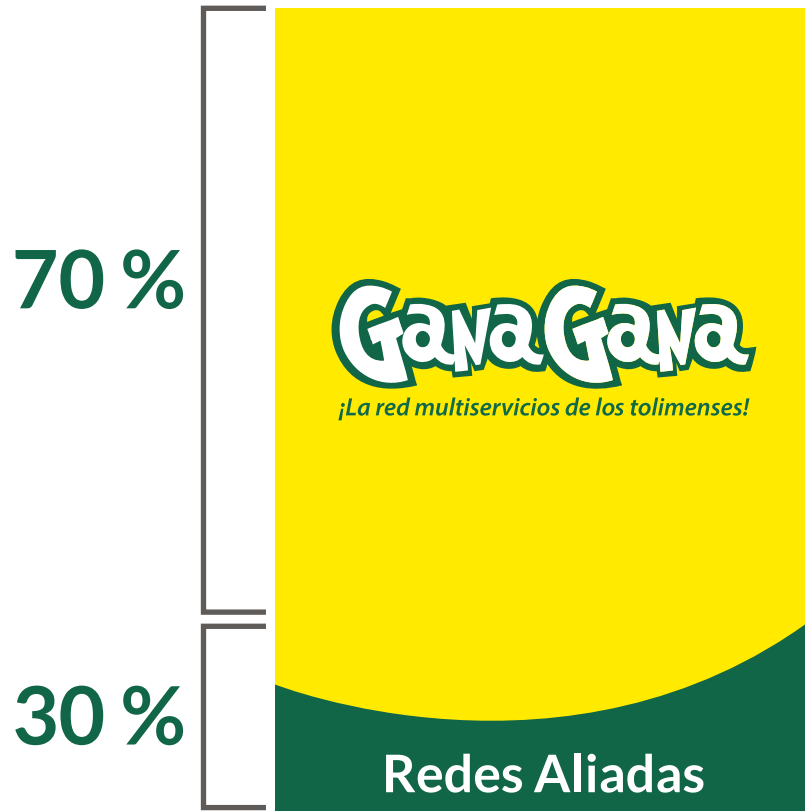
Cuando la marca **GANAGANA**, dentro de una misma pieza publicitaria comparte el espacio con otra marca, siempre se deben usar los colores establecidos por este manual, respetando las áreas de protección de marca y bajo ningún parámetro el tamaño de la marca **GANAGANA** debe ser inferior a los demás logos.

Adicionalmente, **GANAGANA** por ser la marca sombrilla, debe tener mayor representación y relevancia cuando el logo es aplicado en campañas con marcas aliadas dentro de los puntos de venta, material promocional, publicidad exterior, medios impresos, entre otros.

El uso de marcas compartidas y la aplicación del logo siempre debe ser validada y aprobada por la Dirección de Mercadeo.



Arte publicitario



- Toda actividad publicitaria, promocional o visual en los puntos de venta GanaGana, debe llevar implícita la marca de nuestros puntos de venta, según el manual de identidad corporativa.
- Si el material visual o impreso no lleva la marca, se debe mencionar la marca GanaGana, de tal forma que el cliente pueda relacionar el producto o servicio ofertado con nuestros puntos de venta.

Gana Gana

¡La red multiservicios de los tolimenses!

www.ganagana.com.co