

MuSiK

INSTRUMENTOS · MÚSICA · HISTORIA

Música con *historia.*

Una dirección de marca para una tienda donde la experiencia, los instrumentos y las personas se encuentran.

IDENTIDAD CONCEPTUAL · DOCUMENTO PRELIMINAR

Preparado para conversación y revisión. El logotipo vigente aún no se ha verificado.

Un lugar que entiende la música.

MusiK puede presentarse como una tienda musical de Guadalajara donde la experiencia acompaña cada decisión.

POSICIONAMIENTO

Conocimiento que acompaña

Mostrar la experiencia de Chelita mediante conversaciones útiles, recomendaciones y explicaciones sobre cada pieza.

PROMESA PROPUESTA

Cada pieza tiene historia

Ayudar a que un instrumento encuentre a quien lo aprecie, con información clara sobre su estado y las condiciones de la operación.

Una marca para músicos y bandas que buscan equipo y asesoría, y para personas que quieren vender o dejar instrumentos en consignación.

Cómo contar la historia: el conocimiento de Chelita puede sentirse en su asesoría, la selección del catálogo y las historias de los instrumentos, sin publicar detalles personales que ella no quiera compartir.

La trayectoria fue compartida por Karina como contexto. Nombres de artistas, recuerdos personales y testimonios deben revisarse y autorizarse antes de hacerse públicos.

Calidez, carácter y claridad.

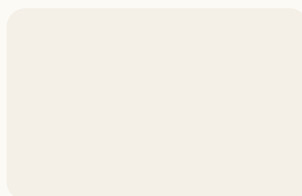
Una paleta propuesta para dar presencia a la experiencia musical y mantener una lectura cómoda.



Negro cálido
#171513 · Base



Dorado envejecido
#B99A5B · Acento



Marfil
#F4F0E8 · Fondos



Café nogal
#5A4936 · Apoyo

TÍTULOS

Cormorant Garamond

Para historias y encabezados. Alternativa: Georgia.

TEXTO Y BOTONES

DM Sans

Para fichas y mensajes. Alternativa: Arial o fuente del sistema.

Aplicación: priorizar texto negro sobre marfil o marfil sobre negro. Reservar el dorado para detalles y comprobar el contraste de textos y botones.

Los colores son una propuesta; no se extrajeron del logotipo vigente. Esta versión PDF utiliza Georgia y Arial como alternativas para conservar la legibilidad.

Una primera interpretación.

La propuesta abre una conversación sobre la identidad descrita por Karina.



La **S** sugiere un saxofón y la **i** un instrumento de cuerda. El diseño es una interpretación nueva, no una reproducción del logotipo vigente.

Cuando se consiga el archivo original, habrá que compararlo, respetar sus elementos distintivos y ajustar la propuesta con Chelita. Mantener proporciones y comprobar su legibilidad en tamaños pequeños.

Uso propuesto: fondo oscuro, dorado como acento, sin deformaciones. Una versión reducida queda por definir.

Que se vea cada pieza.

Fotografías reales con información útil ayudan a mostrar el carácter de la tienda.



Fotografiar cada instrumento completo y añadir acercamientos de detalles, conexiones y señales de uso. Usar luz natural o suave e incorporar manos, taller o tienda reales cuando aporten a la historia.

VOZ DE MARCA

Experta y cercana

Hablar con claridad sobre el estado de cada producto, lo que incluye y los pasos de la consignación. Escuchar antes de recomendar.

EVITAR

Promesas sin confirmar

Evitar urgencias inventadas, tecnicismos innecesarios y datos de producto que aún no se hayan comprobado.

Las imágenes del documento proceden del catálogo utilizado para el prototipo. Confirmar permiso y vigencia antes de una publicación comercial.

Personas a quienes servir.

Estos perfiles son hipótesis para conversar con Chelita, no resultados de entrevistas.

PERFIL PRINCIPAL

Músicos y bandas

Pueden buscar equipo para tocar, reemplazar o mejorar su sonido. Necesitan características claras y asesoría.

PERFIL PRINCIPAL

Quien quiere vender

Necesita entender los pasos, condiciones y seguimiento para vender o dar en consignación su instrumento.

Oportunidades adicionales: estudiantes, familias y coleccionistas. Conviene preguntar cuáles de estos grupos visitan la tienda y qué necesitan.

Ideas de servicios por validar

Compra, venta y consignación: explicar cómo funciona y confirmar condiciones, comisión y tiempos actuales.

Revisión, reparación y calibración: definir qué equipos reciben, quién los atiende y la capacidad disponible.

Piezas con historia y demostraciones: verificar antecedentes e interés antes de ofrecer encuentros o experiencias.

La experiencia es contenido.

Ideas breves para redes, sujetas a revisión y aprobación de Chelita.

UNA PIEZA, UNA HISTORIA

Fotografía y detalle real

“Cada instrumento trae una historia. Te invitamos a conocer esta pieza en MusiK.”
Añadir características y precio solo cuando estén confirmados.

CONSEJO DE CHELITA

Una duda frecuente

“¿Qué revisar antes de elegir un instrumento seminuevo? Empecemos por su estado y funcionamiento.”

CONSIGNACIÓN

Explicar los pasos

“Si tienes un instrumento que ya no usas, podemos explicarte cómo funciona la consignación.” Confirmar las condiciones primero.

COMUNIDAD

Una tienda, personas

Presentar a Chelita y al equipo si lo desean.
Compartir historias de clientes y artistas únicamente con su autorización.

Una dinámica posible: elegir una pieza real, tomar una fotografía, explicar un detalle útil y cerrar invitando a consultar. La frecuencia debe ajustarse al tiempo disponible.

Qué preguntar a Chelita.

Las respuestas ayudarán a definir el catálogo y la comunicación sin inventar información.

- 01** ¿Qué productos y servicios son más importantes hoy y cuáles representan mejores oportunidades?
- 02** ¿Cómo registra una venta o una consignación y quién actualiza los productos?
- 03** ¿Qué datos debe mostrar cada pieza y cómo confirma precio, existencia y estado?
- 04** ¿Qué parte de su historia desea contar y qué fotografías o recuerdos quiere compartir?
- 05** ¿Qué canal utiliza para atender consultas y qué tiempo tiene disponible para crear contenido?

Fuentes y alcance: información pública del sitio de MusiK y contexto facilitado por Karina. Este documento es preliminar; no acredita resultados comerciales, posicionamiento ni autorización de uso de marca.

Consultar servicios publicados por MusiK