

ENSAYO WORKFLOW
EDWIN AMIN MEDINA GONZALEZ
MAESTRÍA EN MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA

PDF

¿TU MARCA TIENE VIDA?

Hemos escuchado a través de nuestros amigos, familiares, conocidos sobre ciertos artículos, servicios o productos como: recuerdo el olor del Jetta, recuerdo que cuando entre a la tienda Zara olía de una manera, recuerdo cuando me llegó mi paquete de Amazon en el empaque venía con tal color y una cara sonrisa, de esto se trata hablar de la vida de una marca o el famoso “BRANDING”. Tu empresa, la del vecino, la de la otra ciudad pueden ofertar el mismo producto o servicio, pero cada quien tiene su propio método de venta, persuasión o estrategia, pero sólo una de ellas sobre sale por su personalidad dejando un camino en la mente del consumidor final. Los motivos pueden ser radicalmente opuestos o no, pero serán únicos y genuinos. No hay dos personas iguales, no debería haber dos empresas iguales. “El branding es la llave que abre la puerta de la diferenciación”^[1]. Entonces es aquí donde te hago la pregunta ¿Tú marca tiene branding o sólo un logotipo?. Recuerda que el logotipo es la representación gráfica de una marca. Nada más. Pero una marca una marca es mucho más que una imagen. La marca transmite múltiples formas de comunicación. Desde como se concibe tu negocio pasando por el método de trabajo que integran la marca, la manera de comportarse, de atender, de recibir y la forma que despiden a tu cliente, es ahí donde tu marca empieza a tener vida y personalidad, otros factores que componen una buena marca son los colores, olores, diseño, estructura, distribución, comportamiento interna y externa. Tu marca también está presente en el aspecto que tiene tu comercio, cómo cuidas el envoltorio de tus productos, a qué huele tu tienda, cómo se siente tu cliente cuando está dentro de ella, qué recuerda cuando se marcha, cómo explica a otras personas qué vió, compró, comió, vivió, olió ó probó. ¿Y si vendes servicios? El cliente los contratará y se sentirá mejor, avanzará, conseguirá tiempo, salud, dinero, seguridad, poder... y con ello su vida mejorará o se transformará en lo que estaba buscando.

Tu marca se transmite offline (fuera de internet) pero también online (en internet). El diseño de tu web, la facilidad con la que tu cliente navega por ella, la información relevante (o no) que le ofreces, los boletines electrónicos que recibe, las publicaciones de tu blog, las conversaciones en redes sociales, la rapidez con la que atiendes sus dudas, sugerencias y consultas y la manera de escribir un correo electrónico. Todo eso construye tu marca.

Entonces concluimos que para crear una marca necesitamos tiempo, constancia y tener una meta muy enfocada y definir como quiero hacer que perciban mi marca y como quiero que crezca con un factor diferencial.

Bibliografía

[1] Andy Stalman. (2014). branding del futuro. 18 de septiembre 2014, de Seed social media Sitio web: <http://seedsocialmedia.com/blog/2014/09/18/que-es-el-branding-y-para-que-sirve/>

VIDEO

¿TU MARCA TIENE VIDA? (VIDEO 1)

Hemos escuchado a través de nuestros amigos, familiares, conocidos sobre ciertos artículos, servicios o productos como: recuerdo el olor del Jetta, recuerdo que cuando entre a la tienda Zara olía de una manera, recuerdo cuando me llegó mi paquete de Amazon en el empaque venía con tal color y una cara sonrisa, de esto se trata hablar de la vida de una marca o el famoso “BRANDING”. Tu empresa, la del vecino, la de la otra ciudad pueden ofertar el mismo producto o servicio, pero cada quien tiene su propio método de venta, persuasión o estrategia, pero sólo una de ellas sobresale por su personalidad dejando un camino en la mente del consumidor final. Los motivos pueden ser radicalmente opuestos o no, pero serán únicos y genuinos. No hay dos personas iguales, no debería haber dos empresas iguales. “El branding es la llave que abre la puerta de la diferenciación”^[1]. Entonces es aquí donde te hago la pregunta ¿Tú marca tiene branding o sólo un logotipo?.

YO YA TENGO LOGOTIPO, NO NECESITO EL BRANDING (VIDEO 2)

Recuerda que el logotipo es la representación gráfica de una marca. Nada más. Pero una marca una marca es mucho más que una imagen. La marca transmite múltiples formas de comunicación. Desde como se concibe tu negocio pasando por el método de trabajo que integran la marca, la manera de comportarse, de atender, de recibir y la forma que despiden a tu cliente, es ahí donde tu marca empieza a tener vida y personalidad, otros factores que componen una buena marca son los colores, olores, diseño, estructura, distribución, comportamiento interna y externa. Tu marca también está presente en el aspecto que tiene tu comercio, cómo cuidas el envoltorio de tus productos, a qué huele tu tienda, cómo se siente tu cliente cuando está dentro de ella, qué recuerda cuando se marcha, cómo explica a otras personas qué vió, compró, comió, vivió, olió ó probó. ¿Y si vendes servicios? El cliente los contratará y se sentirá mejor, avanzará, conseguirá tiempo, salud, dinero, seguridad, poder... y con ello su vida mejorará o se transformará en lo que estaba buscando. Ahora te hago una pregunta ¿necesitas tu branding?

WORKFLOW

¿Conoce como construir una marca a través de los 5 ejes básicos del Branding?.-

- Naming
- Identidad corporativa
- Posicionamiento
- Lealtad de marca
- Arquitectura de marca

EVENTO

Conoce como construir una marca desde 0 a través de los 5 ejes básicos del branding.

- Naming
- Identidad corporativa
- Posicionamiento
- Lealtad de marca
- Arquitectura de marca