



# **Dominando los Fundamentos del Branding para tu Negocio**

Diciembre 5, 2023

# Claves a Desarrollar

- Diferencia entre Branding y Marketing
- Importancia del Branding en Tu Negocio
- Identidad de Marca: Elementos Clave
- Valores y Misión de tu Marca
- Conociendo a Tu Público Objetivo
- Competencia y Diferenciación: Destaca en el Mercado
- Narrativa de la Marca: Cuenta tu Historia
- Canalización de Marca: Conectando con Tu Audiencia
- Diseño y Comunicación Visual: Construye una Imagen Impactante
- Estrategia de Contenido: Atrae y Retiene Clientes
- Evaluación y Evolución de Marca: Adaptándose al Mercado
- Creación de un Logotipo Efectivo
- Importancia de la Coherencia Visual
- Identificación de los Valores de la Marca
- Cómo la Misión Impacta en la Percepción



# ¿Qué es el Branding?



## Concepto de Branding

- El proceso de crear y gestionar una marca
- Establecer una identidad única y diferenciada en el mercado
- Creación de una imagen, valores y personalidad que representen a la empresa
- Construir una conexión emocional con los consumidores

# Diferencia entre Branding y Marketing

## Marketing

- Se enfoca en estrategias y técnicas para promocionar y vender productos o servicios.
- Utiliza anuncios, promociones y campañas para alcanzar a los clientes.
- Se centra en la conversión y adquisición de clientes potenciales.

## Branding

- Se enfoca en la construcción de una identidad de marca y conexión emocional con los consumidores.
- Crea una percepción positiva de la marca y su propuesta única de valor.
- Establece la personalidad y la reputación de la marca en la mente de los consumidores.



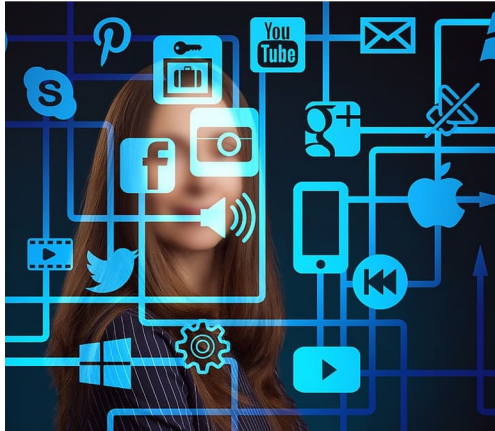
# Importancia del Branding en Tu Negocio



## Importancia del Branding

- El branding genera confianza y lealtad en los consumidores.
- Ayuda a diferenciarse de la competencia y establece una conexión emocional con los clientes.
- Influye en la decisión de compra de los clientes y contribuye al éxito a largo plazo del negocio.
- Una marca sólida y bien gestionada puede generar preferencia hacia el negocio.

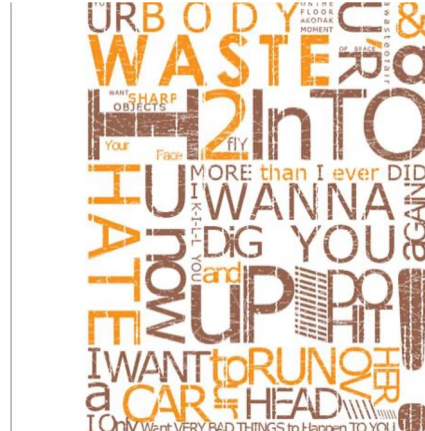
# Ejemplos de Identidad de Marca



## Logotipo

El logotipo es la representación gráfica de la marca o empresa (Nombre) y debe ser fácilmente reconocible y memorable.

(Isotipo: Símbolo o imagen icónica que representa a la marca de manera abstracta).



## Colores y Tipografía

La elección de colores y tipografía debe reflejar la personalidad y valores de la marca, y mantenerse consistente en todos los materiales de marketing.



## Importancia de la Coherencia Visual

La consistencia en el uso de colores, tipografía y logotipo ayuda a establecer una imagen coherente y reconocible de la marca.



# Valores y Misión de tu Marca

## Valores de la Marca

- Identificar los valores fundamentales que guían a la empresa y su personalidad.
- Conexión emocional con los clientes a través de los valores de la marca.
- Construcción de confianza y lealtad a través de los valores compartidos.

### Empoderamiento personal:

Creemos en la capacidad de cada individuo para tomar el control de su propia salud y bienestar. Fomentamos la responsabilidad personal y la toma de decisiones informadas.

### Conexión mente-cuerpo:

Creemos que la salud y el bienestar son el resultado de una conexión armoniosa entre la mente y el cuerpo. Nuestras terapias se centran en equilibrar y armonizar ambos aspectos para lograr una salud óptima.

### Respeto por la naturaleza:

Nos hemos comprometido en la utilización de ingredientes naturales y orgánicos siempre que sea posible. Valoramos la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente en todo lo que hacemos.

## Misión de la Marca

- Propósito y objetivo a largo plazo de la empresa.
- Establecer de un propósito claro para la marca.
- Inspiración y motivación para empleados y clientes hacia un objetivo común.

### Ayudar a las personas a lograr una salud óptima:

Nuestra misión es proporcionar terapias alternativas seguras y efectivas que ayuden a las personas a alcanzar su máximo potencial de salud y bienestar.

### Educar y empoderar a nuestros clientes:

Nos esforzamos por educar a nuestros clientes sobre las opciones de tratamiento disponibles y ayudarles a tomar decisiones informadas que les permitan tomar el control de su propia salud.

### Promover un estilo de vida saludable:

Nuestra marca no solo ofrece terapias alternativas, sino que también promueve un estilo de vida saludable en general. Fomentamos la actividad física, la nutrición adecuada y la gestión del estrés como parte integral de una vida saludable.



# Conociendo a Tu Público Objetivo



## Aspectos Clave del Público Objetivo

- Identificación del público objetivo y su perfil demográfico.
- Creación de buyer personas para comprender mejor las necesidades y deseos del cliente ideal. ( Perfil detallado de un cliente ideal)
- Importancia de adaptar estrategias de branding y marketing para conectar con el público objetivo.
- Uso de gráficas y ejemplos sencillos para ilustrar la importancia de conocer al público objetivo.

# Competencia y Diferenciación: Destaca en el Mercado

## Destacar en un Mercado Saturado

Identificar y comunicar claramente tus ventajas competitivas.

Crear una propuesta de valor única que te diferencie de la competencia.

Destacar tus fortalezas y minimizar tus debilidades frente a la competencia.

## Análisis de la Competencia

Realizar un análisis exhaustivo de la competencia para identificar sus fortalezas y debilidades.

Buscar oportunidades para diferenciarte en áreas donde la competencia sea débil.

Estar al tanto de las estrategias y movimientos de la competencia para anticiparse y adaptarse.



# Narrativa de la Marca:

## Cuenta tu Historia

### Creación de una historia de marca convincente

- La narrativa de marca es la historia que tu marca cuenta a los consumidores, incluyendo su origen, valores, y cómo resuelve problemas.
- Una narrativa de marca efectiva crea una conexión emocional con los clientes, haciéndoles sentir parte de la historia y la misión de la marca.
- La narrativa de marca puede diferenciar a una marca de la competencia y generar lealtad en los clientes.
- Al contar la historia de la marca, es importante destacar los valores y la autenticidad de la marca.

## EJEMPLOS DEL STORYTELLING EN EL MKTG DIGITAL

1

### DESCRIBIR ACCIONES DE ÉXITO

Se trata de describir cómo se implementó un cambio exitoso en el pasado, pero permite a los oyentes imaginar cómo podría funcionar en su situación.

2

### COMUNICAR QUIÉN ERES

Aquí se proporciona un drama atractivo para el público mediante la revelación de una fuerza o vulnerabilidad de tu pasado.

3

### TRANSMITIR VALORES

Se trata de ser familiar con la audiencia y dar lugar a una discusión sobre las cuestiones planteadas por el valor que se promueve.

4

### COMUNICACIÓN DE MARCA

Se suele propagar mediante el producto o servicio mismo, el boca a boca o por un tercero creíble.

5

### FOMENTAR LA COLABORACIÓN

En este caso se recuerda una situación que la audiencia también ha experimentado y les conduce a compartir sus propias historias sobre el tema.

6

### DESMENTIR RUMORES

Aquí se trata de destacar a través del humor suave algún aspecto de un rumor con el objetivo de revelar que el mismo es falso o irrazonable.

7

### COMPARTIR CONOCIMIENTOS

Se trata de centrarse en los problemas y mostrar, con algún detalle, cómo se corrigieron, con una explicación de por qué la solución funcionó.

8

### LIDERAR HACIA EL FUTURO

Aquí se evoca el futuro que quieres crear sin proporcionar detalles excesivos que, probablemente, no podrías concretar en la narración.



# Canalización de Marca: Conectando con Tu Audiencia

1

Elección de los canales adecuados es fundamental para llegar a tu audiencia de manera efectiva.



2

Utilizar estratégicamente la publicidad en línea y eventos puede aumentar la visibilidad de tu marca y atraer a tu audiencia.



3

La presencia en línea y las redes sociales son canales importantes para conectarte con tu público objetivo.



# Diseño y Comunicación Visual: Construye una Imagen Impactante

## Coherencia Visual

Mantén la coherencia en el diseño de todos los elementos visuales de la marca, desde el logotipo hasta los gráficos y las imágenes. Esto ayudará a crear una imagen impactante y fácilmente reconocible.

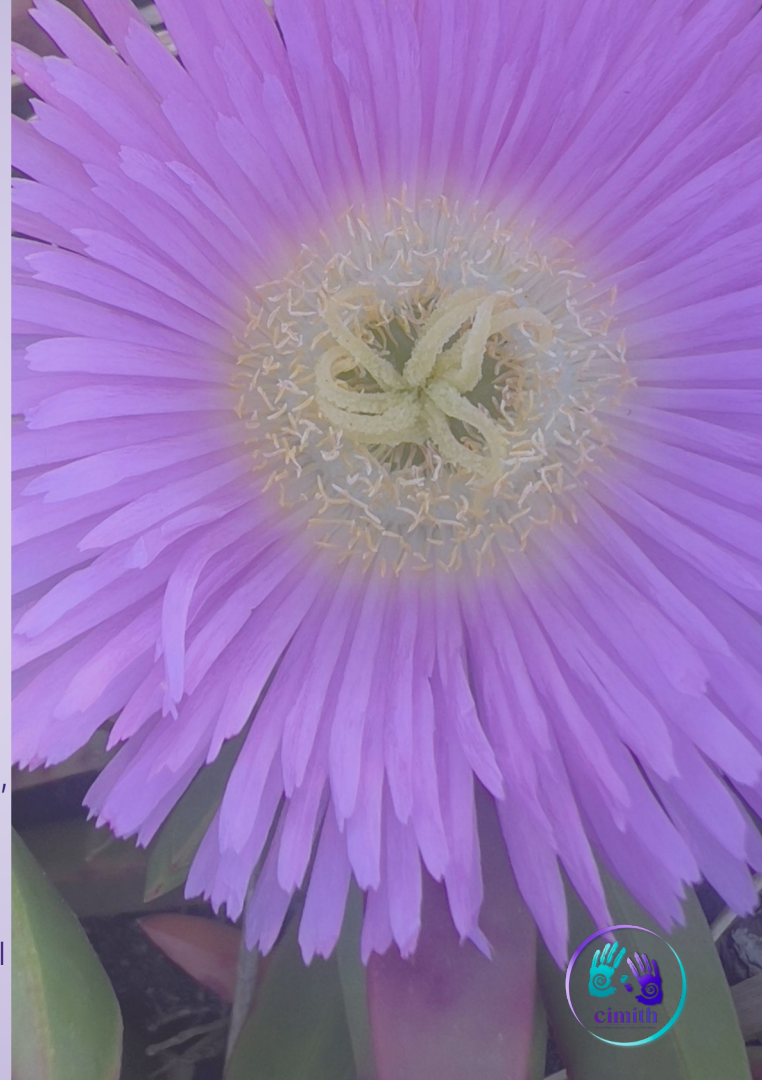
## Colores y Tipografía

Utiliza colores vibrantes y contrastantes, tipografía legible y elementos gráficos atractivos para captar la atención de tu audiencia de manera efectiva.

## Conexión Emocional

Para mantener la atención de tu audiencia (femenina), utiliza colores atractivos y gráficos que conecten emocionalmente.

Simplifica los conceptos utilizando términos sencillos y evita la sobrecarga de información para mantener el enfoque.



# Estrategia de Contenido: Atrae y Retiene Clientes

● Crea contenido relevante y atractivo para blogs, videos y redes sociales.

● Utiliza el marketing de contenidos y el storytelling para conectar emocionalmente con la audiencia.

● Posiciona la marca como una autoridad en la industria y mantiene a los clientes comprometidos con el contenido.

## Ejemplos

1

### Blog Informativo:

Una empresa de fitness publica artículos semanales sobre consejos de entrenamiento y nutrición.

Atrae a personas interesadas en un estilo de vida saludable, genera confianza y fidelidad a medida que los lectores encuentran valor y regresan para más información.

2

### Videos Didácticos:

Una marca de software crea tutoriales en video sobre cómo usar sus herramientas.

Estos videos educativos no solo atraen nuevos usuarios interesados en aprender, sino que también retienen a los clientes existentes al ofrecerles valor continuo.



3

### Newsletters Persuasivas:

Una compañía de viajes envía boletines mensuales con ofertas exclusivas y contenido inspirador sobre destinos. Esto atrae a suscriptores interesados en ofertas únicas y retiene a los clientes existentes al ofrecerles beneficios especiales.

4

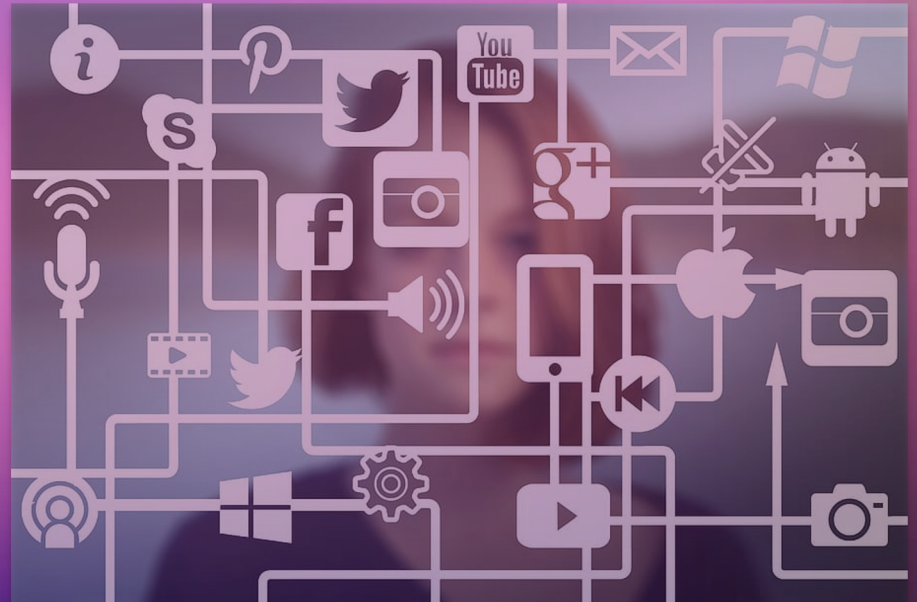
### Webinars Especializados:

Una firma de consultoría organiza seminarios en línea sobre estrategias de negocios innovadoras. Atrae a profesionales interesados en aprender y se mantiene como una referencia en su campo al ofrecer conocimientos de alto valor.

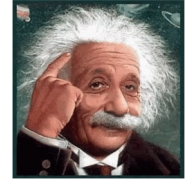
5

### Contenido Interactivo en Redes Sociales:

Una empresa de moda organiza desafíos de estilo en Instagram, los seguidores pueden participar compartiendo sus atuendos. Esto atrae a nuevos seguidores y mantiene la lealtad de la audiencia existente al involucrarse activamente.



# Evaluación y Evolución de Marca: Adaptándose al Mercado



1

Medición del éxito del branding y su impacto en el mercado y los consumidores.

2

Evaluación constante de la efectividad de la marca y ajustes necesarios para mantener su atractivo.

3

Adaptación de la marca a los cambios en el mercado y en la audiencia para seguir siendo relevante.



# Creación de un Logotipo Efectivo

## Elementos clave para un logotipo efectivo

- Diseño simple y memorable que refleje la personalidad de la marca.
- Uso de colores y tipografía que transmitan los valores y la identidad de la empresa de manera clara.
- Versatilidad para adaptarse a diferentes plataformas y tamaños sin perder su impacto visual.
- Impacto visual que genere reconocimiento instantáneo por parte de los consumidores.



**PARAM SINGH**

PROFESSIONNEL DE BIEN ETRE



# Importancia de la Coherencia Visual

## Conceptos Clave

- La coherencia visual ayuda a que la marca sea reconocible y memorable para los consumidores.
- Utilizar colores, tipografía y elementos visuales consistentes refuerza la identidad de la marca.
- Una apariencia visual coherente transmite profesionalismo y confianza a los clientes.
- Las gráficas llamativas capturan la atención y hacen que la marca sea más atractiva.



# Identificación de los Valores de la Marca

## Importancia de los Valores de la Marca

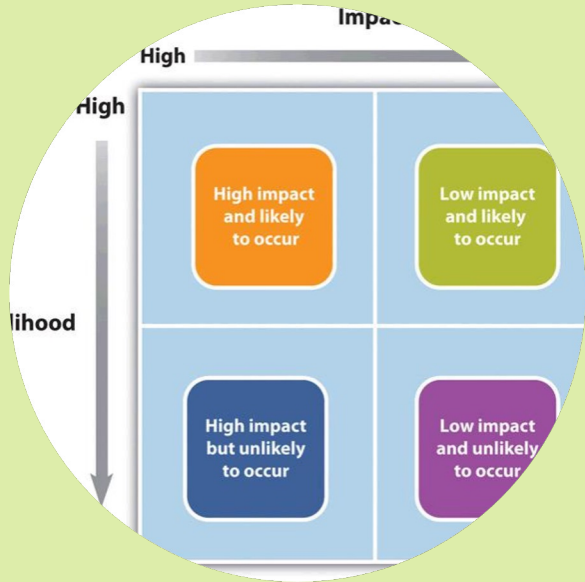
- Los valores de la marca son los principios fundamentales que guían a la empresa y definen su identidad.
- Identificar y comunicar estos valores es esencial para establecer una conexión emocional con los consumidores y diferenciarse en el mercado.
- Los valores de la marca influyen en la percepción de los clientes y en su lealtad hacia la empresa.
- Comunicar consistentemente los valores de la marca fortalece su posicionamiento en la mente de los consumidores.

01 +5% 176,119 \$m Apple	02 +11% 133,252 \$m Google	03 -7% 73,102 \$m Coca-Cola	04 +8% 72,793 \$m Microsoft	05 +9% 53,960 \$m Alphabet	06 -19% 52,900 \$m IBM	07 -14% 51,808 \$m Samsung	08 +33% 50,335 \$m Amazon
09 +18% 43,490 \$m Facebook	10 +2% 43,130 \$m 5e	11 +12% 41,535 \$m Walmart	12 -1% 39,361 \$m McDonald's	13 +6% 36,790 \$m Disney	14 +4% 36,952 \$m Intel	15 +48% 32,593 \$m Facebook	16 +4% 30,849 \$m Cisco
17 -3% 28,552 \$m Oracle	18 +9% 25,034 \$m Nike	19 +8% 23,998 \$m Texas Instruments	20 +2% 22,561 \$m H&M	21 -4% 22,106 \$m Honda	22 +13% 21,253 \$m SAP	23 +3% 20,265 \$m Pfizer	24 -10% 19,950 \$m Gilead
25 -3% 18,308 \$m Microsoft	26 +8% 17,834 \$m Amazon	27 +19% 16,766 \$m ZARA	28 +6% 16,134 \$m PepsiCo	29 +4% 15,333 \$m UPS	30 +8% 15,099 \$m Red Bull	31 -3% 14,227 \$m JPMorgan	32 -6% 13,136 \$m eBay
33 +12% 12,962 \$m Ford	34 +17% 12,853 \$m Walmart	35 +11% 12,547 \$m HP	36 +2% 12,517 \$m Newmont	37 +11% 12,053 \$m Accenture	38 +14% 11,799 \$m Audi	39 -7% 11,711 \$m Kellogg	40 -9% 11,436 \$m Zoom
41 +4% 11,358 \$m ASUS	42 -2% 11,081 \$m Canon	43 +22% 11,056 \$m Cisco	44 NEW 11,027 \$m Newmont	45 +1% 10,500 \$m L'Oréal	46 +14% 10,376 \$m ASUS	47 -10% 10,406 \$m HSBC	48 NEW 10,306 \$m HP
49 +5% 10,278 \$m Citi	50 +18% 9,537 \$m American Express	51 +12% 9,528 \$m Alliant	52 +10% 9,415 \$m Siemens	53 +6% 9,265 \$m C.L.C.C.I	54 -2% 9,370 \$m IBM	55 +7% 9,197 \$m Daimler	56 +1% 9,700 \$m Verizon
57 -1% 8,413 \$m Costco	58 +8% 8,315 \$m Sony	59 +13% 8,199 \$m 3M	60 +16% 7,853 \$m Inditex	61 +13% 7,747 \$m Visa	62 -2% 7,730 \$m Caterpillar	63 +21% 7,566 \$m F&B	64 +20% 7,490 \$m Greenland
65 +2% 7,290 \$m Morgan Stanley	66 +4% 6,920 \$m United States	67 +25% 6,891 \$m LVMH	68 -1% 6,265 \$m Panasonic	69 +12% 6,223 \$m Kia	70 +2% 6,223 \$m Tencent	71 -9% 5,944 \$m P&G	72 +18% 5,852 \$m Huawei
73 +5% 5,790 \$m Johnson & Johnson	74 -9% 5,761 \$m Walmart	75 +2% 5,742 \$m Unilever	76 +3% 5,738 \$m Mastercard	77 +6% 5,708 \$m Banco	78 +11% 5,696 \$m Verizon	79 +9% 5,578 \$m FedEx	80 +1% 5,527 \$m Walmart
81 -12% 5,504 \$m Prada	82 -9% 5,425 \$m Dove	83 -9% 5,362 \$m United States	84 -12% 5,290 \$m Xerox	85 +1% 5,193 \$m Netflix	86 -4% 5,140 \$m Greenland	87 +6% 5,123 \$m Greenland	88 +18% 4,986 \$m Walmart
89	90	91	92	93	94	95	96



# Cómo la Misión Impacta en la Percepción

## Impacto de la Misión



- La misión de la marca define su propósito a largo plazo y sus objetivos fundamentales, lo que influye en la forma en que los consumidores perciben su compromiso y autenticidad.
- Una misión clara y relevante puede generar una conexión emocional con los consumidores, demostrando el propósito y los valores de la marca de manera efectiva.
- La misión impacta en la lealtad de los consumidores, ya que estos tienden a preferir marcas con una misión que resuena con sus valores personales.
- Una misión auténtica y coherente puede diferenciar a una marca en un mercado saturado, atrayendo a consumidores que buscan autenticidad y propósito en sus compras.

# Dominando los Fundamentos del Branding para tu Negocio



*Rodrigo Barriga.cl*