



5

SECRETOS DE UNA IMAGEN DE MARCA EXITOSA

BLANCO RUSO

ESPACIO DE DISEÑO

Que la publicidad es crucial para comunicar con éxito es algo evidente en nuestros días, ya seas una gran empresa o un autónomo al frente de una pyme; pero la mayoría de las veces se olvida que una imagen de marca exitosa y un buen branding puede marcar la diferencia entre tu marca y la competencia.



Directora de arte
MAMMEN VILLALBA

EL PRINCIPIO

UNA IMAGEN DE MARCA QUE ENLACE PERSONALIDAD DE NEGOCIO CON META EMPRESARIAL, SERÁ EL SÍMBOLO DEFINITIVO A LA HORA DE PONER LA PRIMERA PIEDRA PARA ALCANZAR EL MÁS AMBICIOSO DE TUS PLANES.

Mi nombre es Mammen Villalba, soy directora de arte especializada en diseño de imagen de marca y estoy aquí para ayudarte, mediante la creación de una imagen de marca profesional, memorable y reconocible, a que tu empresa crezca y consigas aumentar sus beneficios desde el minuto cero. Por que es posible:

- ✓ Lograr una imagen de marca con la que sientas que se identifica tu negocio.
- ✓ Tener una identidad corporativa con aspecto profesional de la que te sientas orgulloso.
- ✓ Que el diseño potencie el crecimiento de tu empresa acercándote a tu cliente ideal.

¿QUÉ ES UNA IDENTIDAD CORPORATIVA?

ESTAMOS HABITUADOS A GENERALIZAR DENOMINANDO BRANDING A LA IMAGEN GRÁFICA DE UNA MARCA, CUANDO DEBERÍAMOS REFERIRNOS EXCLUSIVAMENTE A LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE ÉSTA, SI QUEREMOS HABLAR DE SU PRESENCIA VISUAL EN EL MERCADO. DE SU IMAGEN DE MARCA.

La diferencia entre identidad corporativa y branding, radica fundamentalmente en lo tangible y lo intangible que rodea a la mencionada marca.

Cuando una marca ha creado a su alrededor un buen branding no será necesario ver su logotipo al final del spot de televisión o su anuncio en prensa. Marcas como Telefónica, Ikea o Coca-Cola son famosas por ello. Han sabido seleccionar muy bien el tipo de fotografía, colores y sentimientos que desean transmitir. Su branding de marca destaca, sin duda.

The logo for Telefónica, featuring the word "Telefónica" in a stylized, italicized, dark blue serif font. The letter "e" is lowercase and the rest of the letters are uppercase.

La imagen corporativa de la compañía telefónica más importante de España, ha desarrollado desde sus inicios una identidad que es percibida a todos los niveles del aparato de comunicación de su empresa. Los diseñadores lograron mediante una tipografía sencilla y única de la marca se haya grabado en la mente colectiva de la sociedad.

¿QUÉ ES UNA IDENTIDAD CORPORATIVA?

A UNA IMAGEN NO ES UNA MARCA

La principal diferencia entre branding e identidad corporativa es el que primero abarca todo un conjunto de elementos visuales e intangibles que sirven para identificar y proyectar los valores y personalidad de una empresa y la identidad de marca constituye únicamente al conjunto de elementos visuales que la representan en el mercado.

B COHERENCIA VISUAL

Es un punto fundamental a tener en cuenta en el diseño de una identidad corporativa puesto que aunque el cliente valorará la empresa en función de sus servicios o productos, la imagen que reciba de ella será fundamental en la experiencia que tenga.

Dado que las marcas deben utilizar mensajes coherentes para ganarse la confianza de su público objetivo, ésta debe ser diseñada bajo un previo estudio y planificación una estrategia para presentarse al mercado, teniendo en cuenta los elementos tangibles e intangibles que sostendrán el branding de la empresa.

¿QUÉ ES UNA IDENTIDAD CORPORATIVA?

C / LA ESENCIA: EL LOGOTIPO

El logo de una marca es el punto primero de contacto del público con el producto o servicio que se pretende vender por lo que éste ha de identificar rápidamente al servicio, producto o empresa. Hay una serie de claves o secretos que has de tener en cuenta si quieres lograr que éste logre el éxito que necesitas para hacer crecer tu empresa: ha de ser distintiva y reconocible entre la competencia, claro al presentarse en cualquier soporte y duradero en el tiempo para que sea fácil de recordar.



MARIONA FELIU

estones de cel

¿QUÉ ES UNA IDENTIDAD CORPORATIVA?

D ✓ EL ESTILO

Debe estar presente en todas las representaciones de la marca: en la forma en que se exprese, como hable, como se anuncie... El estilo no es sólo imagen, es todo lo que la rodea. La elección de determinados tipos de letras o colores marcará un antes y un después en la percepción que tenga la audiencia de tu negocio. Reuniendo los elementos gráficos adecuados impulsarás el crecimiento de tu empresa.

Evita seguir modas o diseñar como lo está haciendo en este momento la mayoría. No se trata de eso, se trata de diseñar una imagen que encaje plenamente con tu proyecto o empresa para que sea fuerte y única.



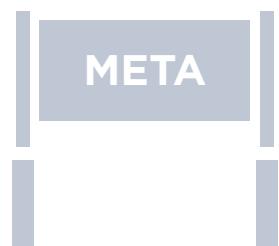
El estilo no es sólo imagen es todo lo que la rodea. Se tiene o no se tiene de forma innata pero puedes trabajar para que tu empresa lo desprenda.

Cuida cada uno de los detalles del branding de tu marca, no saltándote las reglas que marcaste en un inicio en tu manual de identidad.

DISEÑANDO UNA IMAGEN DE MARCA EXITOSA

1

Define tus metas de negocio



Sólo te llevará unas horas a la semana pero si fijas claramente los objetivos que deseas para tu empresa en un plazo de 6-12 meses, verás cómo marcas una gran diferencia entre la situación actual y el éxito de tu negocio que te permitirá diseñar una imagen exitosa y una empresa fuerte. Crea un listado de palabras que sea alinean con los valores clave de tu empresa, piensa en los problemas que resuelves y en qué te diferencias de la competencia. Con unas metas fuertes, una visión clara de empresa, tu proceso de creación de marca, empezará a rodar con una base firme, sólida y exitosa.

DISEÑANDO UNA IMAGEN DE MARCA EXITOSA

2

Selecciona a tu cliente ideal

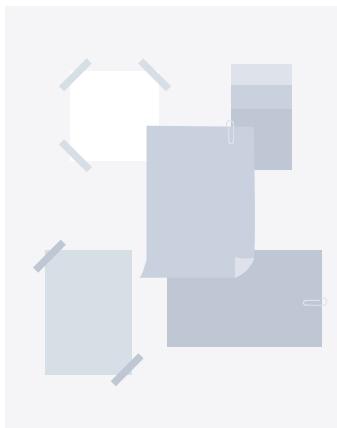


Apostando por diferenciarte en el mercado por tu personalidad define quien deseas como cliente ideal. Será conveniente que no busques al cliente que te encontró por tener el precio más bajo del mercado, porque justo con un precio bajo, conseguirás atraer al tipo de cliente que no te interesa y puedes dar la sensación de no prestar un buen servicio. Piensa y ponle nombre, edad, situación familiar que vive, problemas que tiene, angustias incluso, porque justo así, lograrás determinar qué necesita, cómo puedes ayudarlo y podrás llamar su atención a través de los componentes de tu marca.

DISEÑANDO UNA IMAGEN DE MARCA EXITOSA

3

Crea un tablero de inspiración

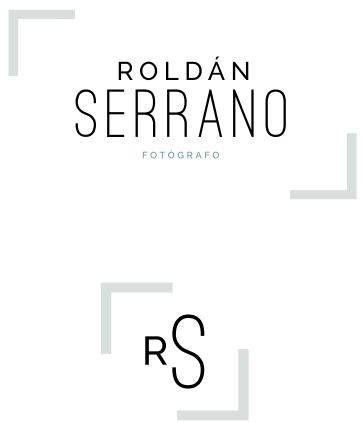


Crear un moodboard transformará tus pensamientos o sentimientos en lo que te gustaría que lo demás viesen o sintiesen sobre tu proyecto. Tómate tiempo para ir recopilando imágenes, recortes de revistas, colores, tipografías, e incluso otros logotipos que llamen tu atención... componentes que sean tangibles o intangibles que identifiques con lo que quieras que represente tu marca. Una vez creado tu tablero de inspiración o moodboard, podrás transmitir a tu diseñador de cabecera o sabrás darle forma, si eres tu mismo quien diseñas, lo que quieras que gráficamente represente a tu negocio porque del compendio de todos ellos podrás extraer los puntos que tienen en común y tener más clara tu visión de marca.

DISEÑANDO UNA IMAGEN DE MARCA EXITOSA

4

Diseña tu identidad corporativa



Para diseñar tu identidad corporativa ten claros los conceptos que he relacionado con anterioridad y define tu mismo o con tu diseñador, cuáles serán tus colores, tus tipografías, estilo... Obtener una idea de los colores correctos, fuentes idóneas y estilo de diseño es imprescindible para lograr que el branding de tu marca sea un éxito.

Tu marca tendrá personalidad, será memorable y transmitirá credibilidad. Combinando todo, conseguirás crear tu identidad corporativa alineada con tus objetivos empresariales. Una imagen de marca que será auténtica, memorable y exitosa.

DISEÑANDO UNA IMAGEN DE MARCA EXITOSA

5

Cuida el branding de tu marca

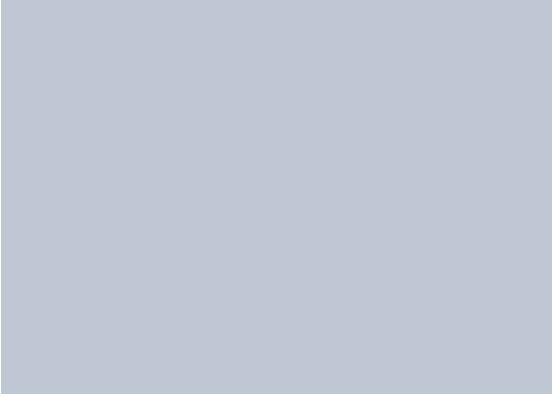
Logo



No sirve de nada un logotipo bonito si no tienes en cuenta todo lo que conforma la experiencia única entre cliente y marca: todos los elementos que rodean a la gráfica principal de tu empresa (web y su newsletter, banners o anuncios en prensa o medios digitales, portadas en redes sociales, ebooks de descarga que facilites en tu negocio online, tarjetas de visita, contratos... etc) así como los elementos no físicos que identifican a tu empresa (tipo de fotografías que publicas, lenguaje o tono...) Todos, deben tener una coherencia visual, deben ser reiterativos, tipografías, colores, layouts... Siguiendo este esquema de dirección de arte, tu marca será vista como profesional e identificada y recordada por encima de otras que estén en tu mercado.

LA BASE DEL ÉXITO

Sé que guardas en tu interior la pasión por conseguir ese reto que te han marcado creando tu marca pero recuerda:



A

Date cuenta que una imagen de marca exitosa puede ayudarte a elevar el vuelo hacia a los propósitos profesionales que te has marcado, siempre que seas consistente y reiterativo con tu audiencia.

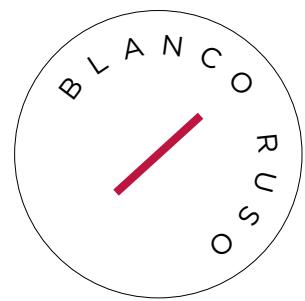
B

Consigue ampliar beneficios con la imagen adecuada porque con ella darás un paso más para llegar al cliente apropiado, a tu cliente ideal. Sólo es cuestión de marcar la diferencia y sacar a relucir tu estilo propio.

¿Me acompañas en este viaje para que te ayude a alcanzar la altura que deseas para tu negocio?

Te espero en el blog.

Bienvenido.



www.blancoruso.com