

Branding: Creando tu imagen de marca

Por Deborah Picher

¿Cuáles son los 10 pilares del branding?



Seguro que alguna vez has oído hablar del branding. Suena bien, ¿verdad? Pero lo malo de utilizar anglicismos es que muchas veces te quedas sin saber a qué se refieren realmente los términos.

En este caso, deberías poner fin a esta situación, ya que, para un negocio, una buena

estrategia de gestión de marca puede suponer la diferencia entre el éxito o el fracaso. Así que comienza a [adquirir conocimientos de branding](#) con este post.

¿Qué es y para qué sirve el branding?

En mercadotecnia, el branding (también conocido como gestión de marca o Brand Management) alude al proceso de construir una marca a través una serie de acciones enfocadas a su posicionamiento, sus objetivos y sus valores. Para entender esto mejor, debes comprender el propósito del branding. Y es que su meta consiste en inspirar emociones y establecer ciertas conexiones (conscientes o no) que influirán en tus clientes a la hora de comprar.

Es decir, el branding despertará unas sensaciones que llevarán a que una persona elija tu marca y no otra. En castellano, por favor: La clave está en llegar no sólo a la mente del cliente, sino a su corazón.

¿Para qué sirve esto? Para conseguir que tu marca tenga una buena reputación, para que se haga conocida y para que sea deseada. Y esto lo que provoca es que tu compañía crezca de manera inteligente y duradera.

¿Por qué ha cobrado el branding más importancia en la actualidad? La relevancia actual del branding deriva de cómo la globalización ha incrementado la competencia. Por ello, es clave mostrar un valor diferencial de tu empresa.

Y la forma de conectar mejor con tu audiencia es a través de un propósito –más profundo que el mero posicionamiento– con el que tus clientes puedan identificarse. Si lo logras, más personas estarán dispuestas a escoger tus productos o servicios, independientemente de su precio con respecto al de tus competidores.

¿Cómo gestionar tu marca?

Ya puedes ir haciéndote una idea de que el branding es algo complejo. Tu marca debe contar, por ejemplo, con distintos medios de comunicación y profesionales especializados. Pero lo más importante es que, desde primera hora, tengas claro cuál es la personalidad de tu empresa y sus principios.

Tu marca debe poseer una identidad potente y coherente para que tus clientes sean conscientes de lo que quieres construir y transmitir. Esto puede aumentar tus ingresos hasta un 33%.

Los 10 pilares del branding

¿Quieres saber cuáles son los elementos fundamentales del branding? Te los mostramos a continuación:

1. El propósito

A los consumidores actuales no les gusta que el objetivo de la empresa sea exclusivamente la venta y la ganancia. Lo que quieren es conectarse a la marca gracias a principios o metas comunes. Darle un propósito a tu compañía la hará más humana y eso inspirará más a tus posibles clientes.

2. El nombre de marca o Brand Name

Un pilar básico del branding es su nombre, ya que te ayudará a identificar tu marca, tu producto o tu servicio. Por lo tanto, éste debe reflejar la esencia de tu compañía.

3. El logo

Los logotipos son cruciales para las marcas, ya que son su medio de identificación visual.

Un logo acertado conseguirá que el consumidor recuerde y detecte tu empresa sin necesidad de leer o escuchar su nombre.

4. Los colores

Por supuesto, los colores de tu marca son incluyentes en la manera en la que tus clientes la perciben (sólo tienes que informarte un poco sobre psicología del color).

Asimismo, elegir un color icónico sabiamente hará que la reconozcan con más facilidad.

5. El tono de comunicación

La forma de comunicación con la que transmites la esencia, los valores y las características de tu marca también es clave en el branding. Ésta debe estar bien definida, ser acorde al resto de tu estrategia y conectar con tu público.

Escoge con inteligencia los canales de tu empresa: redes sociales, páginas web, blogs, newsletters, publicidad clásica, etc.

6. La personalidad de la marca

La personalidad es uno de los factores más importantes del branding. A tus clientes les gustará tu marca por el mismo motivo por el que les gustarán otras personas: por poseer valores comunes.

Esto es lo que se llama Brand Persona: representa los principios y percepciones que quieres vincular a tu empresa de forma que tus clientes puedan conectar con ellos. Eso es lo que despertará su interés.

7. El eslogan

Tener un buen eslogan que resuma el valor o propósito de tu marca hará que tus clientes te recuerden y se sientan inspirados.

8. Las características del producto o servicio

Los atributos de los productos o servicio de tu marca son lo que garantizará una experiencia satisfactoria para tus clientes.

9. El Audio Branding

El Branding Sonoro sirve para establecer una identidad auditiva de tu marca gracias a sonidos, música o voces.

10. La experiencia de marca

Por último, la experiencia de marca de tus clientes, desde el primer momento hasta la post venta, es lo que hará que una persona esté dispuesta a comprar tu producto y mantenerse fiel a tu empresa.

Ahora ya sabes por qué necesitas aplicar el branding a tu negocio y cómo empezar a hacerlo.

Publicado el 07/12/2021



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/branding-creando-tu-imagen-de-marca>

