WORDCAMP
GRANADA 2018

# Cómo crear una marca que enamore a mi cliente

BRANDING HIPERTEXTUAL

[@ignacioJaén]
#branding#marketing2.0#formación

# Logo · Marca · Branding

# 91%

de los clientes no siente apego hacia las marcas que consumen

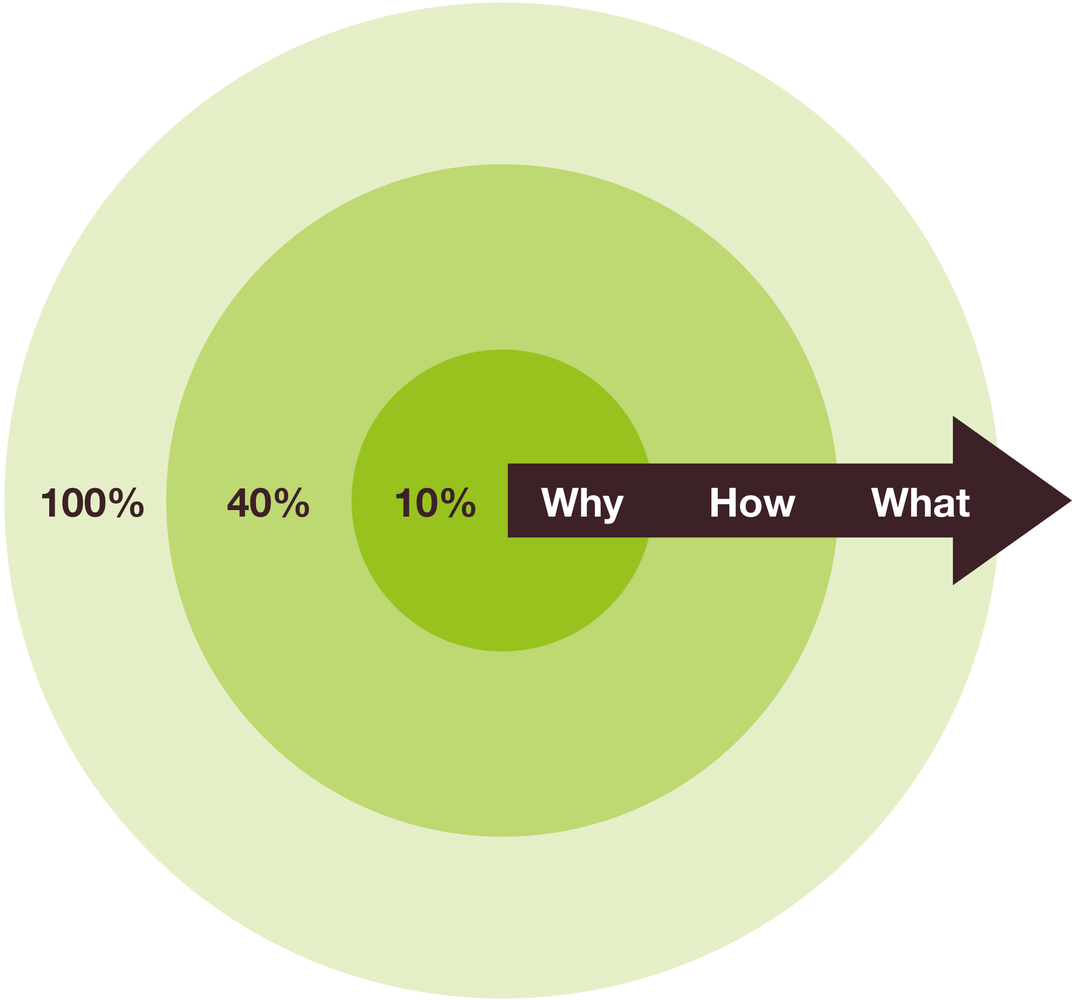
**Meaningful brands 2018 (Havas)**

amazon

Google

# ¿Por qué ocurre esto?

**El 90% de las marcas comunican de afuera hacia adentro.**




**Solo un 10% de las marcas comunican de adentro hacia afuera.**

**“Golden circle”, Simon Sinek**

**El 90% de las marcas comunican de afuera hacia adentro.**

Soy desarrollador de Web.

Hago webs en Wordpress con una gran funcionalidad y usabilidad

Tu negocio tendrá un escaparate al mundo.

¿Quieres que te haga una web?

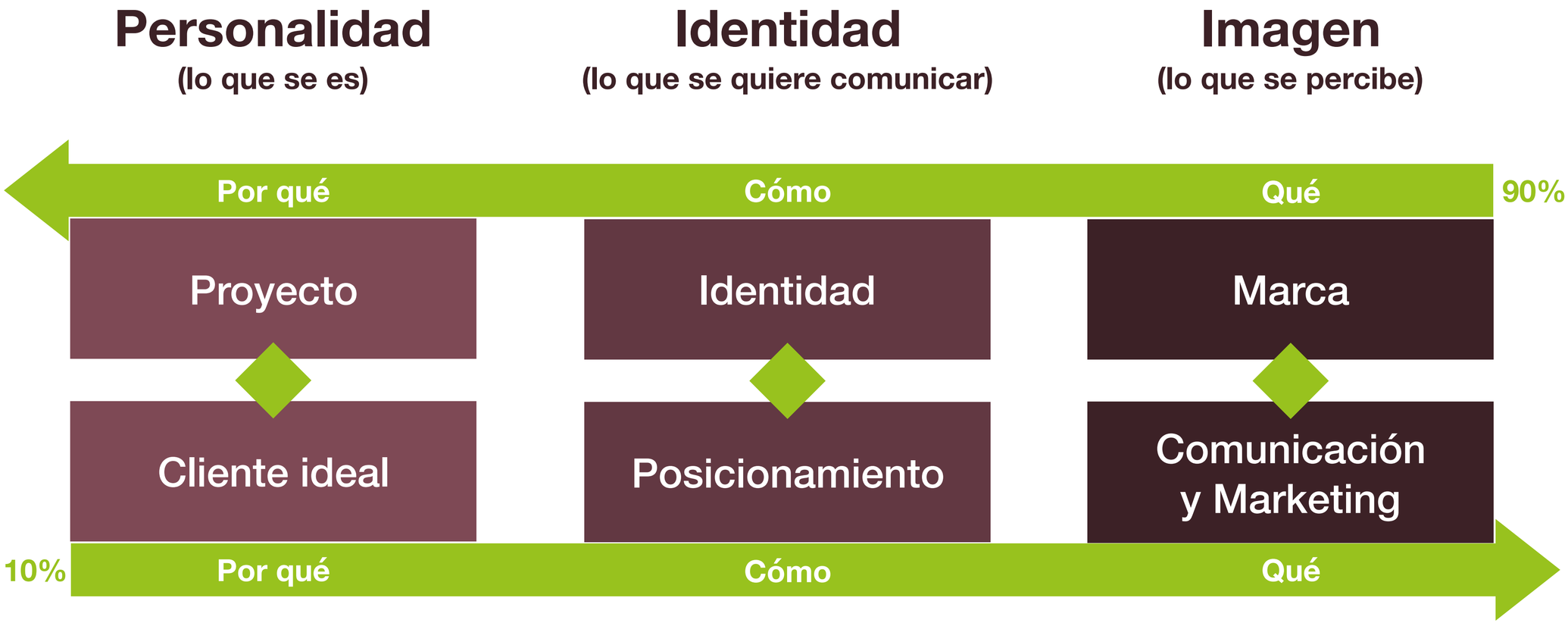
El 70% de los usuarios buscan en Internet antes de hacer una compra. Estar en Internet no es una opción, es una necesidad.

Wordpress está en el 31% de las webs del mundo.

Soy desarrollador de Wordpress.

¿Quieres que te haga una web?

**Solo un 10% de las marcas comunican de adentro hacia afuera.**


Personalidad
(lo que se es)
Identidad
(lo que se quiere comunicar)
Imagen
(lo que se percibe)
Por qué
Cómo
Qué
90%
Proyecto
Identidad
Marca
Cliente ideal
Posicionamiento
Comunicación y Marketing
10%
Por qué
Cómo
Qué

# Claves para tener Éxito en un Negocio

## 1

### NEGOCIO

Una buena Estrategia es la que potencia la Personalidad del proyecto, centrado el Posicionamiento en el “Por qué” y no en el “Cómo” ni en el “Qué”. Sin olvidar que cualquier negocio debe partir de una gran idea bien ejecutada.

**PLAN DE NEGOCIO**
- PLAN DE PRODUCCIÓN
- PLAN FINANCIERO
- PLAN DE MARKETING
- PLAN DE RRHH
- PLAN DECONTINGENCIAS

## 2

### ESTRATEGIA

Solo se puede desarrollar una buena Marca si se cuenta con un Posicionamiento capaz de conectar emocionalmente con su cliente ideal. Para ello hay que desarrollar una Estrategia que conecte la Personalidad del negocio con la motivación de compra del cliente.

**PLAN ESTRATÉGICO**
- ANÁLISIS INTERNO
- ANÁLISIS EXTERNO
- ANÁLISIS DEL SECTOR
- PERFIL DE IDENTIDAD
- POSICIONAMIENTO
- ESTRATEGIAS

## 3

### VISIBILIDAD

Pero antes de ser relevante, la empresa y sus productos o servicios tienen que ser visibles, diferenciables del resto y atractivos. Para ellos es necesario contar con una buena Identidad Visual Corporativa.

**DISEÑO**
- IDENTIDAD VISUAL
- PACKAGING
- ESPACIOS
- MATERIALES DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

## 4

### NOTORIEDAD

La reputación se consigue cumpliendo las promesas que se hacen a los clientes. Para ello la empresa debe trabajar con un Marketing mix adecuado. Hay que ser relevante en la vida de los clientes.

**MARKETING**
- PRODUCTO
- PRECIO
- PUBLICIDAD
- EMPLAZAMIENTO

## 5

### REPUTACIÓN

La confianza es una moneda muy difícil de conseguir. Para que una empresa sea confiable tiene que tener una buena imagen, una trayectoria respetable y un proyecto de futuro socialmente responsable.

**COMUNICACIÓN CORPORATIVA**
- CONTENIDO
- CONTEXTO
- CONEXIÓN
- COMUNIDAD

## 6

### CONFIANZA

Para que un cliente compre un producto o servicio necesita confiar en que sus expectativas serán cubiertas. Un cliente solo confiará en aquellas empresas que se comportan de forma adecuada.

**OBJETIVO**
- FIDELIZACIÓN
- SERVICIO POST VENTA
- PRESCRIPCIÓN
- BENCHMARKING

## Éxito

### VENDER

Todos los negocios tienen como objetivo atraer clientes a los que vender productos o servicios. Pero vender no puede ser un objetivo, debe ser la consecuencia de tener un gran proyecto.

# Muchas gracias

**ignaciojaen.es**