

24.04.2019

Taller Construcción de Marca

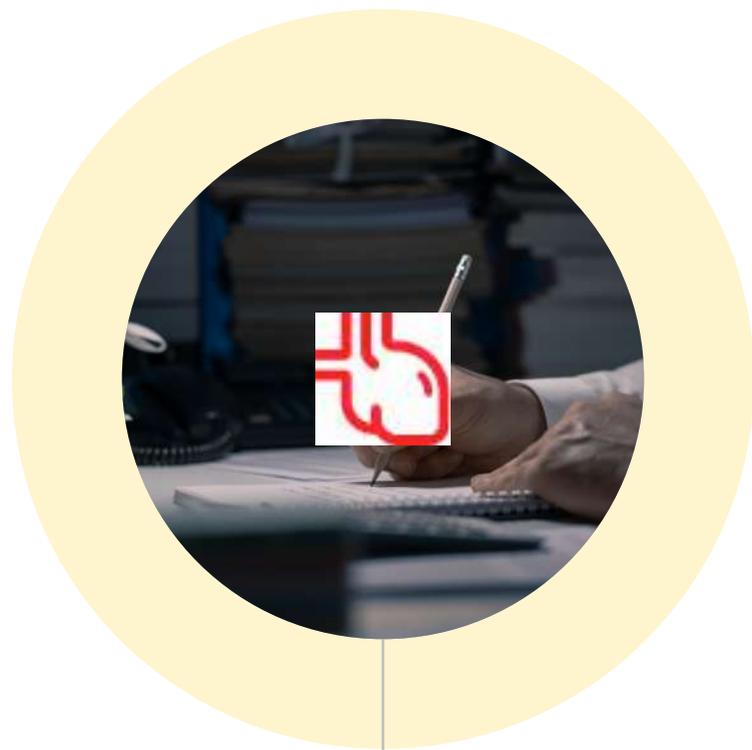
para Emprendedores
que buscan ser
Inolvidables



CENTRO DE
INNOVACIÓN
Y DESARROLLO
EMPRENDEDOR

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

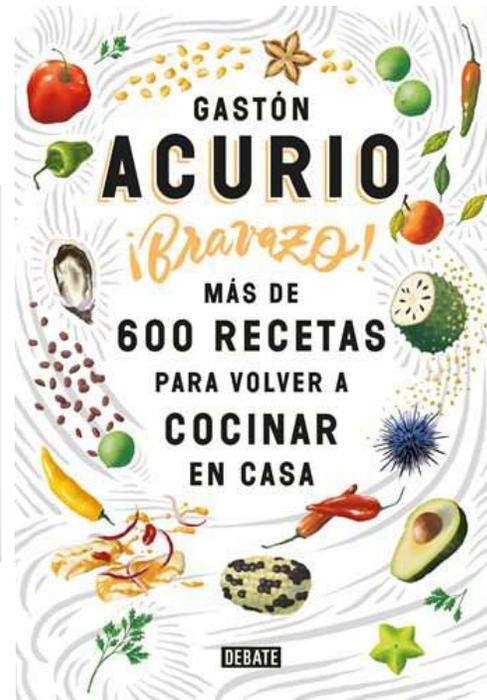
¿QUÉ ES CONSTRUCCIÓN DE MARCA?



= BRANDING =

La suma de elementos
tangibles e intangibles
de una marca.

Adolfo Valdiviezo, 26 años,
TULLPI. Educación.



Mónica Abarca. 25 años,
QaIRA drones. Ciencia



Erasmo Wong. Wong

Máximo San Román. Industrias S.A

CONSTRUYENDO
TU MARCA
= BRANDING EN 3 PASOS



Paso 1:
Definiendo la personalidad de Marca
de mi Empresa

- 1.1 **Naming:** Un nombre, que sea más que un nombre.
- 1.2 **Identidad de Marca,** o cómo consolido Imagen de Marca.



Paso 2:
Marca Personal
= Personal Branding

- 2.1 ¿Cómo genero **percepciones positivas acerca de mi Negocio?**.
- 2.2 **Recuperando mi Marca después de una crisis.**
- 2.3 **El Poder detrás de las Historias (promocionando tu negocio)**
Cómo cuento una gran historia sobre mi negocio (storytelling)



Paso 3:
Creando Identidad de Marca única
para mi empresa

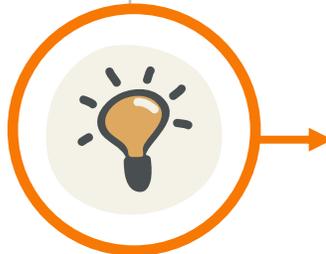
- 3.1 Cómo me diferencio de mis competidores.
- 3.2 Cómo consigo clientes haciendo a mi Marca Auténtica.
- 3.3 Properties de Marca Guía. Creativa para capturar el alma de tu empresa.


PASO 2
**MARCA
PERSONAL**
= PERSONAL BRANDING



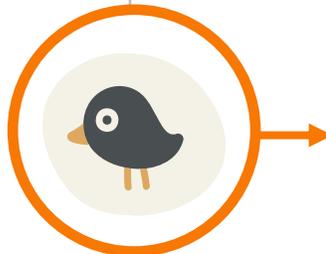
Paso 2.1
**Cómo generó percepciones positivas
acerca de mi negocio.**

Enfócate, compite y gana con la prensa.



Paso 2.2
**Recuperando mi Marca
después de una crisis.**

¿**Qué medidas debo tomar** para evitar las crisis?



Paso 2.3
**Promocionando mi negocio.
El poder detrás de las Historias.**

Cómo cuento **una gran historia** sobre mi negocio (storytelling)


PASO 2
**MARCA
PERSONAL**
= PERSONAL BRANDING



Paso 2.1
**Cómo generó percepciones positivas
acerca de mi negocio.**

Enfócate, compite y gana con la prensa.
¿Qué debo decirles a los periodistas **para convencerlos de que cubran mi producto?**

¿CÓMO ENCUENTRO LAS MEJORES OPORTUNIDADES
PARA PROMOCIONAR MI NEGOCIO
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

La investigación es muy importante y empezar online, valioso.

¿Donde puedes buscar cobertura de los medios?

- . Un blog que hay destacado a tu competencia.
- . Una revista online que habla sobre otras industrias, pero que comparte tus intereses

Enfoque vertical y horizontal:

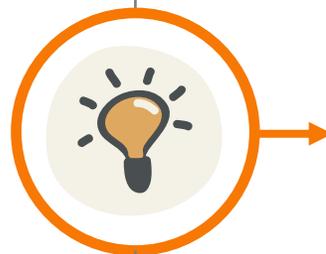
Enfoque vertical: Buscar periodistas que se ocupen de tu industria y que hayan escrito sobre tu competencia. **Ejemplo: Gabriel, dueño de Gorros Gatunos.**

Enfoque horizontal: Medios de comunicación que no pertenecen a tu industria, pero que sí comparten tus intereses y valores. **Ejemplo: Gabriel usa lana que se extrae de ovejas. Tipos de medios de comunicación:** Revistas de Activistas, Blogs de Artesanías, Columnistas de Moda.

Consejo: Cuánto más conoces a los periodistas, más fácil será seducirlos.
Lee sus artículos, y síguelos en redes sociales.




PASO 2
**MARCA
PERSONAL**
= PERSONAL BRANDING



Paso 2.2
Recuperando mi Marca
después de una crisis.

¿Qué medidas debo tomar para evitar las crisis?

¿CÓMO DEBO ACTUAR
ANTE UNA CRISIS DE MI MARCA?

¿Qué ocurre cuando es tu marca la que cometé el error?

¿Qué puedes hacer si un empleado postea algo ofensivo en la redes sociales de la Marca, o si debes retirar un producto del mercado?

La clave pasa por responder públicamente en forma correcta y por tomar medidas para evitar una potencial crisis en su reputación.

Ejemplo: Tu florería envía arreglos florales por el día de la madre, pero cuando los clients abren los obsequios, las flores están secas y muertas.

¿Cómo debería responder la marca?

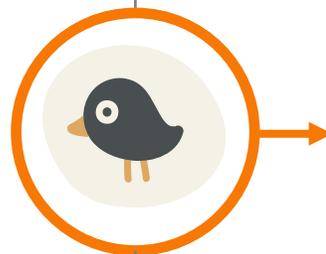
Asumiendo toda la responsabilidad por el incidente, ofreciendo un reembolso , o a cambio dándoles un nuevo arreglo floral, por poner algunos ejemplos.

Anticípate a una crisis con estos 5 pasos:

- 1. Identifica posibles vulnerabilidades de tu marca**
- 2. Planificación.**
- 3. Acción.**
- 4. Comunicar**
- 5. Analizar**




PASO 2
**MARCA
PERSONAL**
= PERSONAL BRANDING



Paso 2.3
Promocionando mi negocio.
El poder detrás de las Historias.

Cómo cuento **una gran historia** sobre mi negocio (storytelling)

¿CÓMO PUEDE EL DESARROLLO DE MI BRANDING PERSONAL
AYUDAR A MI NEGOCIO?

¿Cómo empiezo a desarrollar mi marca personal?

¿Cómo optimizo mi sitio web y mis perfiles en la redes sociales para el branding personal?

Ejemplo: 2 historias de emprendedores: Croissant S.A y Croissants de Cristian.

Las dos compañías publican anuncios promocionando la calidad y el sabor de sus productos, pero Cristian también usa su marca personal para promocionar su empresa de croissants.

Usa su blog personal, perfiles en redes sociales, y sus conferencias para hablar de su romance permanente con la comida. Cuenta anécdotas de su infancia en Francia con su madre repostera y habla sobre sus estudios de cocina con chefs parisinos de primera línea.

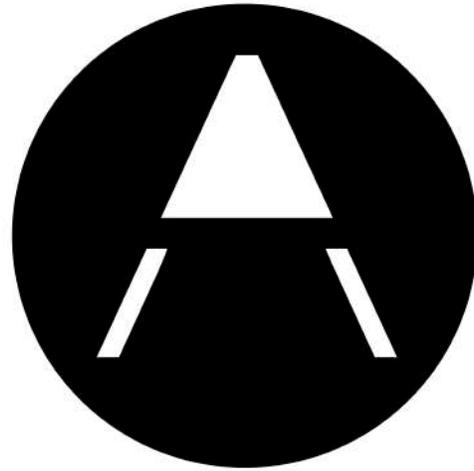
Cristian promociona su marca personal, se asegura de mencionar y enlazar siempre esto con su empresa. Gracias a este esfuerzo, Cristian tiene más éxito que Croissants S.A

A la mayoría de la gente nos resulta más fácil conectarnos con otra persona que con un croissant, un zapato, una app o cualquier otro producto.

Cultivar tu marca personal puede ser una estrategia comercial inteligente. Si la gente te admira, respeta y confía en tí como líder y experto en tu campo, asociarán a tu negocio con esos sentimientos positivos.

No siempre tienes que hablar de tu negocio para ayudar a tu negocio. Si tienes conocimientos en otras áreas en las que tu público esté interesado, puedes también crear contenidos que se refieran a ellas.





MARU JORDAN
SENIOR INNOVATION & R+D DESIGNER