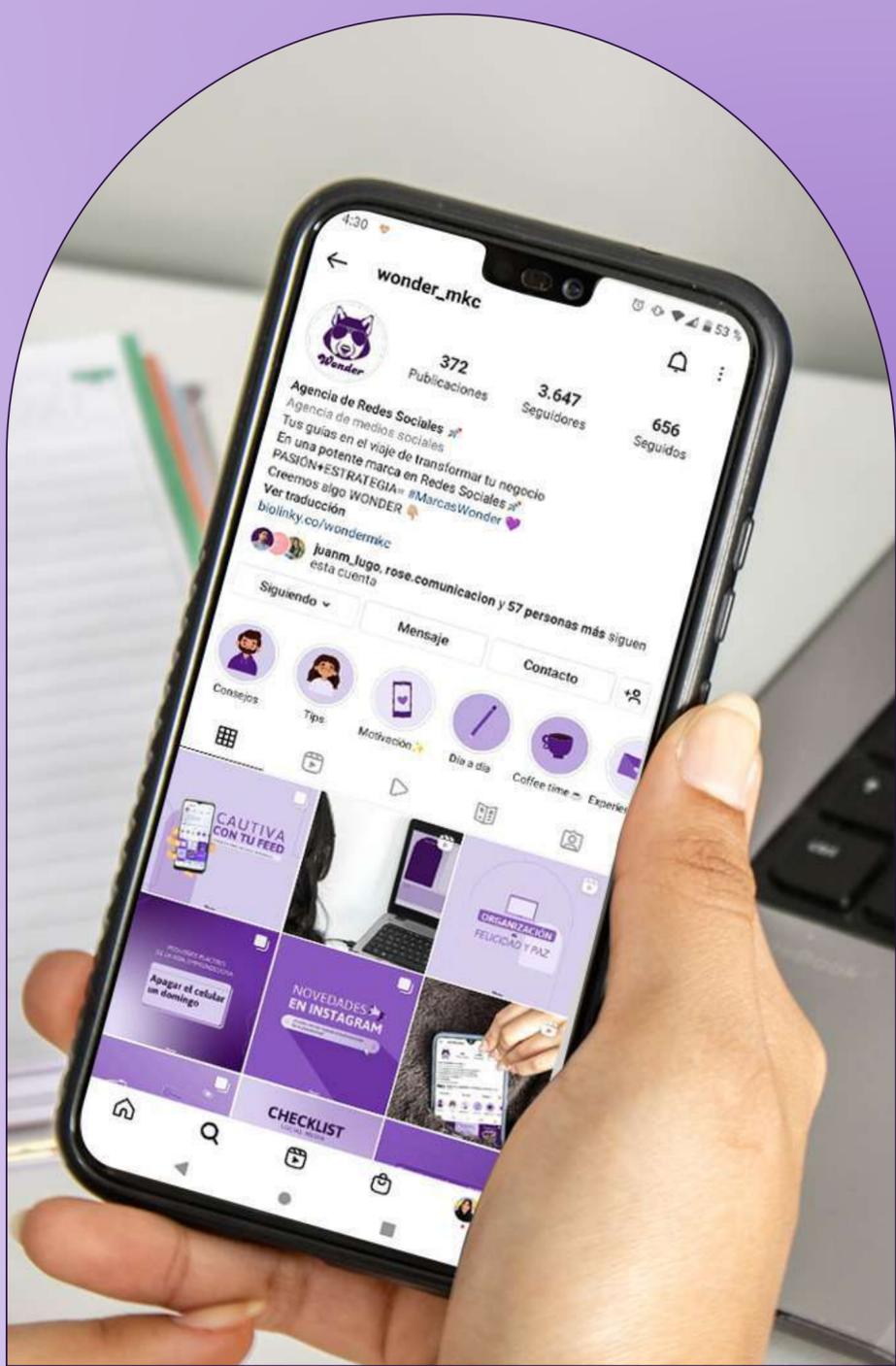


wondermarketingcreativo.com

APRENDE CÓMO DIFERENCIARTE DE TU COMPETENCIA



¿POR DÓNDE EMPEZAR PARA DIFERENCIARTE DE TU COMPETENCIA?

¿Deberías buscar que tu negocio se diferencie de la competencia? La respuesta es un rotundo SI.

Anteriormente un negocio pequeño podía mantenerse en el tiempo, con solo ofrecer un buen servicio y buenos precios.

La realidad actual es muy diferente. El consumidor de hoy demanda **negocios más comprometidos, transparentes**, que los representen y los hagan parte del proceso; que entre todo el mar de información, sea fácil reconocerlos para poder comprarles.

Por lo cual, toda tu comunicación y tu propuesta de valor debe estar **pensada para representar a tu público** y a sus valores.

- Valores ¿Qué representas?
- Misión, visión y propuesta de valor
- Tu historia
- Tu público objetivo

¿Por dónde debes empezar?

El primer elemento de diferenciación **parte de las raíces del negocio**: ¿por qué nació, en que creen las personas que lo componen, que valores lo definen? Esto es igual de importante que la diferenciación por propuesta de valor o precio.

Pensarás que no, pero como mencionamos arriba, el consumidor cambió, ahora tiene un amplio abanico de opciones para escoger y el hecho de que compartan valores, es razón suficiente **para escoger a tu marca** sobre otras.

¿Te has planteado eso anteriormente? Tómame el tiempo de pensar y de aterrizar la historia de tu negocio, tus valores, tu misión, visión y propuesta de valor.

Aprovecha e **incluye a tu equipo** para enriquecer la actividad.

La historia de tu negocio

Empecemos por **la historia de tu negocio**, puedes responder los siguientes puntos:

- ¿En qué fecha se fundó la marca?
- ¿Quiénes estuvieron detrás del proceso de creación?
- ¿Cuáles fueron los motivos, las circunstancias o los factores que la inspiraron a crear la marca?
- ¿En qué contexto surgió y por qué?
- ¿Cuáles han sido sus transformaciones a lo largo de los años?

Valores de tu empresa

Lo siguiente que debes abordar son los valores de tu empresa. Estos funcionan como **un faro para guiar** el comportamiento del negocio en general. Además es una forma de que tu cliente **conecte emocionalmente** con tu marca, al darse cuenta de que comparten valores.

Usa las siguientes preguntas como base:

- ¿Qué representamos?
- ¿Qué valoramos?
- ¿En qué creemos como empresa?
- ¿Qué defendemos?
- ¿Con cuales valores queremos ser recordados?

Al haber definido los valores del negocio, deja por escrito **como quieres que ese valor te represente**.

Por ejemplo; si entre tus valores esta la “pasión”, debes especificar en qué parte mostrarás esa pasión. Será ¿Al hablar? ¿Al desarrollar el producto? ¿Al atender a los clientes?

Además, debes **tomar en consideración el sector** al que te diriges.

No es igual la pasión de una marca de chocolates, a una marca cuidado para bebés. Aunque el significado de la palabra sea el mismo, **la aplicación varía** según el caso. Dejar por escrito claramente estos 2 puntos, será importante para la comunicación interna y externa.

Tu misión, visión y propuesta de valor

Este último punto está un poco abandonado, pero hoy más que nunca es fundamental para trabajar **la diferenciación de tu empresa**, y se trata de: tu misión, tu visión y tu propuesta de valor.

Para este paso toma en consideración **los valores que escogiste** en el paso anterior y evalúa los siguientes **3 puntos**:

- 1.- ¿Cuál es tu propósito?
- 2.- ¿Hacia dónde quieres llegar?
- 3.- ¿Qué vas a entregar para llegar allí?

Tu misión: representará tu propósito ¿Por qué existes como compañía? ¿Por qué debería importarle a alguien tu negocio?

Tu visión: será una mirada a largo plazo de cómo tu negocio va a mejorar la vida de las personas. Esto te dará un mapa de hacia donde apuntar.

Tu propuesta de valor: es una promesa de marca. ¿Qué vas a darle a tu público?

Ya que has profundizado en tus raíces, es tiempo de **darle forma a tu esencia** con los siguientes elementos.

Personalidad de marca

Definir una personalidad para tu marca, no es más que dotar a todos los elementos que lo componen, de **características o rasgos humanos**. Logrando una **mayor conexión** con tu público objetivo y una diferenciación clara de tus competidores.

Esto no es solo el nombre por el que se conoce a un producto o servicio, sino que **representa un aspecto distintivo y único**, con el que se identifica una empresa en un mercado. Partiendo de allí, se construye una estrategia de diferenciación.

¿Y para que necesito hacer esto?

Es justo el motivo por el cual estás leyendo este PDF. Para que tu marca **se diferencie** del resto.

Los estudios han demostrado, que al dotar una marca de **rasgos y comportamientos** que conecten con la audiencia a la que se dirige, el mensaje termina siendo **mucho más poderoso**.

Identidad verbal

¿Por qué es importante?

¿Te has dado cuenta que no utilizas las mismas palabras para hablar con tu abuela, que con un amigo?

Aunque eres la misma persona, las entonaciones y las palabras cambian. Entonces, **¿Por qué no cambiar la forma en la que te comunicas con tu audiencia?**

Antes de las redes sociales, se tenía la creencia de que los negocios, **debían ser cuadrados en su comunicación**, para demostrar “profesionalismo”.

Por suerte, ahora sabemos que eso **no es verdad**.

Mientras más atributos humanos muestre tu marca, **mayor conexión** tendrás con tu audiencia y será **más fácil para ellos recordarla**.

El internet ha dotado de control y poder al cliente, convirtiéndolo en un consumidor más consiente de a quien le compra. Exigiendo **marcas humanas y transparentes**, que representen sus valores.

Es por eso que debemos olvidarnos de esos tonos fríos e impersonales que nos alejan de ellos y empezar a mostrar el lado mas humano de nuestra marca, a traves de la **identidad verbal**.



¿En qué consiste?

La identidad verbal no es más que la herramienta de branding, que permite a las marcas transmitir sus mensajes verbales de una forma **propia y estratégica**, creando las **percepciones adecuadas** entre sus diferentes públicos.

Alineada siempre a tu propuesta de valor y personalidad.

Dicho de forma sencilla, es **cómo el negocio se expresa**. Las palabras, signos, matices y entonaciones que utiliza.

¿Qué conseguirás con una identidad verbal?

Lo primero que conseguirás será **coherencia**. Definir una identidad verbal, te permitirá decidir **cómo quieres ser percibido por tu audiencia** ¿Como una marca alegre o seria? ¿Fuerte o fiable?

Todo depende de tu estrategia. Lo importante es que **todos los elementos** que componen tu marca **estén conectados**.

Si tu forma de hablar no coincide con tu comunicación visual, automáticamente habrá un choque en la mente de las personas, **generando desconfianza**.

Nos pasa cuando conocemos a alguien y aún más con las marcas.

Lo segundo es que, construyendo la identidad verbal de tu marca, estás creando un **idioma único**, que al igual que tu logo, será una forma de reconocerte.

Identidad visual

¿Por qué es importante?

El formato visual predomina en el ecosistema digital, porque como seres humanos nuestra mente **interpreta mucho más rápido las imágenes** y los signos combinados con colores ¿Por qué no aprovechar esto para que tu marca se posicione?

Allí la importancia de una identidad visual definida que **represente tu marca**.

Esta necesita de los recursos visuales **para ser recordada** por la mente de tu cliente y lograr que tu negocio no se pierda entre el mar de información y demás empresas que hay allá afuera.

Piensa en esto, ¿Conoces una marca que se haya posicionado en la mente de su cliente sin una sólida identidad visual?

Estamos seguros de que no, de igual forma **te invito a pensar en ello.**

No hay duda de que una potente identidad visual es una herramienta que no puede faltar dentro de tu comunicación.

¿En qué consiste?

La identidad visual es **el estilo que tiene una marca** e incluye todos los elementos por los que se le identifica visualmente y está conformada por **algo más que un logotipo.**

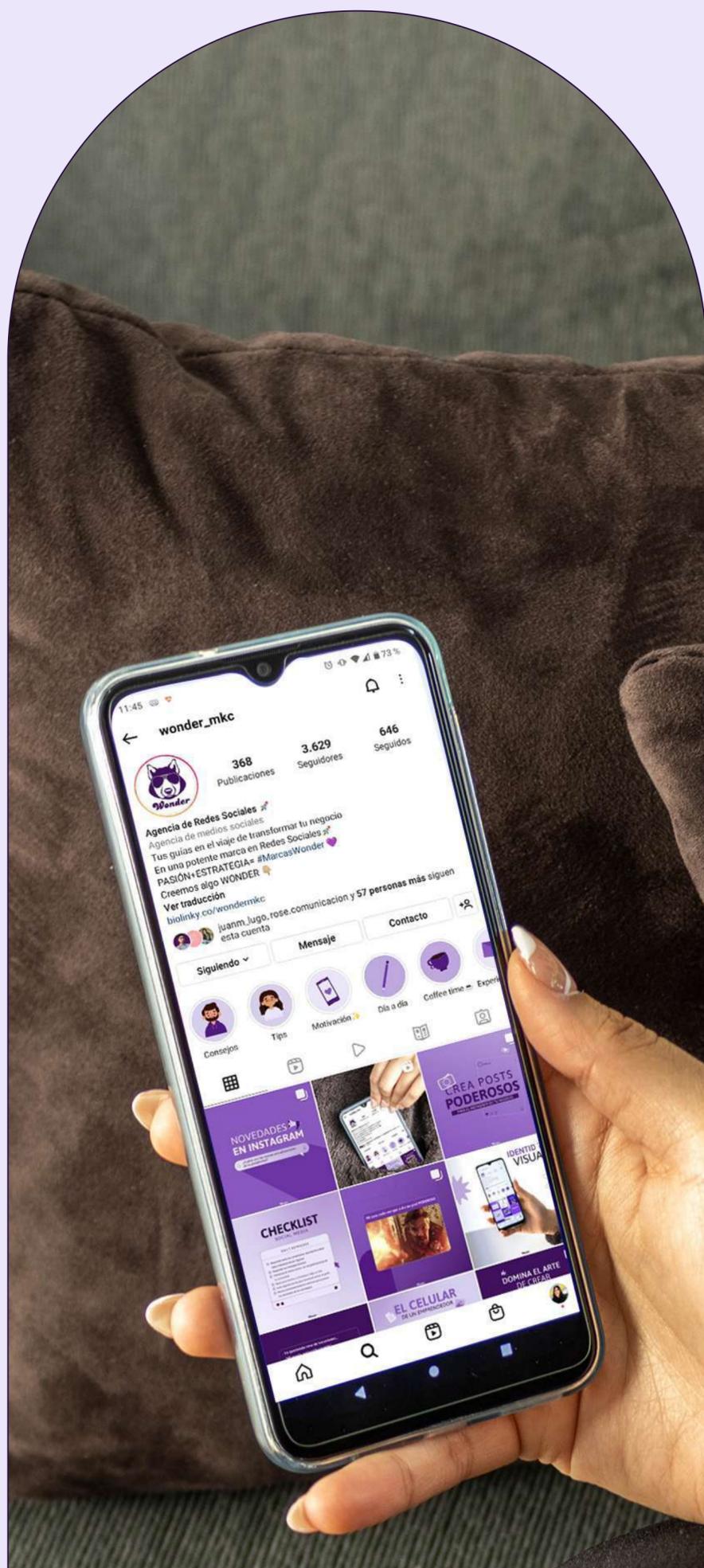
Dicho de forma sencilla, es **todo lo que se ve de una marca**, haciéndola única y reconocible a los ojos de las personas.

Tiene la finalidad de comunicar visualmente como es una marca, por lo cual, su creación **se basa en los valores, personalidad y la identidad verbal de la marca** para generar coherencia.

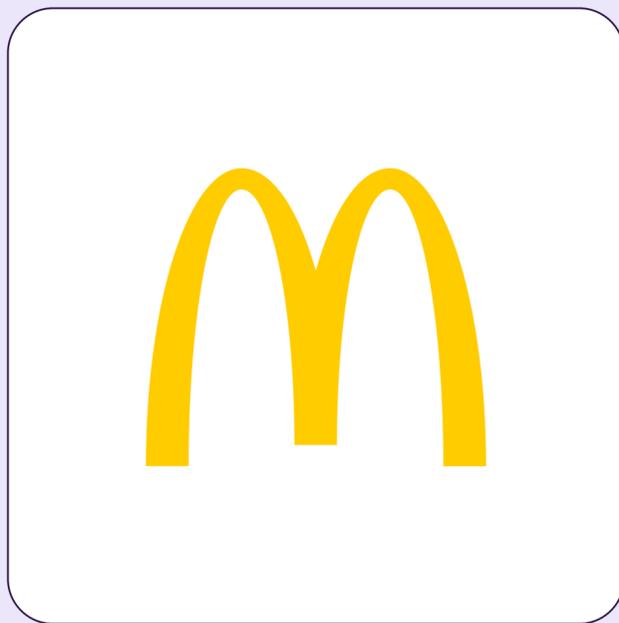
Comprende la paleta de colores, tipografías, texturas, ilustraciones, imágenes, estilo fotográfico, estilo gráfico, etc.

¿Qué conseguirás con una identidad visual?

Existen marcas que han dirigido todos sus esfuerzos a **posicionar su identidad visual**, tanto que incluso **sin la presencia del logotipo** o nombre de la marca, ya sabemos de qué se trata.



Por ejemplo: Si te digo que imagines una gran M amarilla, automáticamente piensas en McDonald's ¿cierto?



Y ese es el sueño de todo negocio. Que con cualquier rasgo de la marca, las personas puedan reconocerla.

Esto solo se consigue con **una potente y clara identidad visual**, que respete coherentemente el resto de los elementos que componen el negocio.

Debes saber que esto no sucede de la noche a la mañana. Detrás de ese resultado, hay un **arduo trabajo, mucho tiempo y esfuerzo**, que sin duda alguna, vale la pena.

Ya que con el tiempo esa identidad, ganará un espacio en la mente y corazón de tu audiencia, haciendo el reconocimiento **algo automático** para ellos.

Además de esto, la identidad visual te permitirá conseguir...

- Facilita el proceso de conexión con tu audiencia y posteriormente la conversión
- Ayuda a comunicar un mensaje
- Generar coherencia entre lo que es tu marca y lo que se percibe de ella
- Obtener una clara diferencia entre tu marca y la competencia
- Ganar autoridad por buena presencia y consistencia
- Atraer a un público objetivo
- Despierta credibilidad y confianza hacia tu marca

PODEMOS AYUDARTE

Como todo, no es necesario que transites ese camino de descubrimiento sin ayuda.

Han sido muchos los negocios a los que hemos guiado en este emocionante proceso de definir su identidad y personalidad de marca.

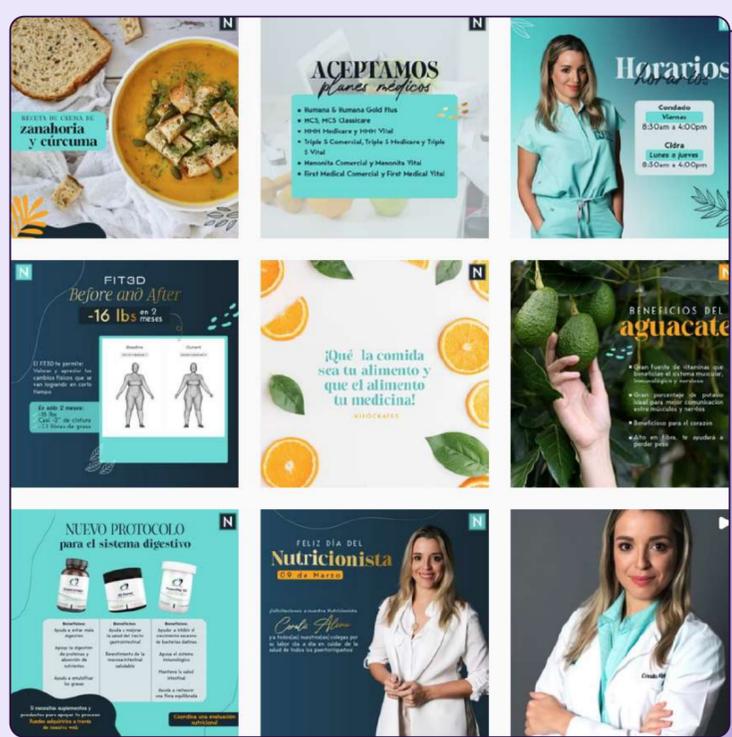
Será **un antes y un después** para tu negocio ¿Lo imaginas? Nosotros sí y nos llena de ilusión.

¿Te gustaría saber más sobre lo que incluye este servicio? **Haz clic aquí** para conocerlo a detalle. Nos vemos allá.

ANTES



DESPUÉS



¡Gracias por leernos!

Síguenos en nuestros demás canales digitales para seguir aprendiendo y creciendo juntos.

