

## Branding

CategorÃ­a : [Imagen de marca](#)

Publicado por admin en 13/10/2011

El branding es la gesti3n estrat3gica de una marca: para crearla, construirla y posicionarla en un lugar 3nico y diferenciado en el mercado. La magia del branding est3 en que emplea todos los mecanismos de la identidad de marca para vincular el producto al concepto y los valores.

El objetivo del branding es asegurar el 3xito de un producto o un servicio y, de esta manera, ganar la confianza de los consumidores, fortalecer la buena reputaci3n, fomentar la fidelidad, garantizar la calidad, transmitir una percepci3n de m3s valor y brindar al consumidor una sensaci3n de reafirmaci3n y de pertenencia a una comunidad imaginaria con unos determinados valores compartidos.

Es importante que el producto o servicio sean buenos. Lo que no puede hacer el branding es rescatar un servicio inmundo o salvar un producto deficiente.

El 3xito de una empresa no est3 solamente en sus productos, sino tambi3n en los valores que con 3l se transmiten. Los motivos por los que compramos una marca escapan a lo racional. La marca reside principalmente en la mente de los consumidores y, por lo tanto, es lo que los consumidores creen que es. Por esta raz3n es importante que las marcas establezcan una conexi3n emocional con el cliente. El branding se dirige a los sentimientos y a los deseos m3s profundos de los consumidores. Las marcas reconocidas nos hacen sentir mejor; todos sabemos que eso es una fantasía, pero nos dejamos seducir por ella.

El branding se apoya en cinco elementos: el posicionamiento, contar historias, el diseño, el precio y la relaci3n con el consumidor. Para desarrollar una estrategia de branding es necesaria la aplicaci3n de una metodología de trabajo que permita definir la visi3n, la misi3n, el posicionamiento y las polítimas de cultura corporativa de la marca. Se trata de construir una experiencia coherente, positiva y diferente a la de sus competidores.