



Identidad Corporativa. Cómo mejorarla y renovarla.

Descripción

La identidad Corporativa de una empresa es su representación gráfica y se refiere a aspectos como logotipos, tarjetas de presentación, uniformes de los empleados, colores de la empresa e incluso tipografía. Básicamente es la personalidad de la organización, por lo que hay que darle el lugar que se merece.

Los consumidores asocian tu marca con tu imagen. Cuantos más consumidores reconozcan tu marca como tú, más fácil será posicionarte en el mercado.

¿Quieres renovar o mejorar tu marca? Encontrar nuevos clientes, retener a los clientes existentes, ingresar a nuevos mercados o simplemente usar logotipos y colores obsoletos pueden ser algunas de las razones para hacerlo.

Además de buscar profesionales que orienten para realizar un cambio de la identidad corporativa, es muy importante que la persona que dirija el cambio tenga conocimientos relacionados.

En Impulso 06 le ofrecemos cursos GRATIS que le ayudaran a entender y dirigir adecuadamente este cambio de identidad corporativa:

[**Cursos GRATIS de Marketing.**](#)

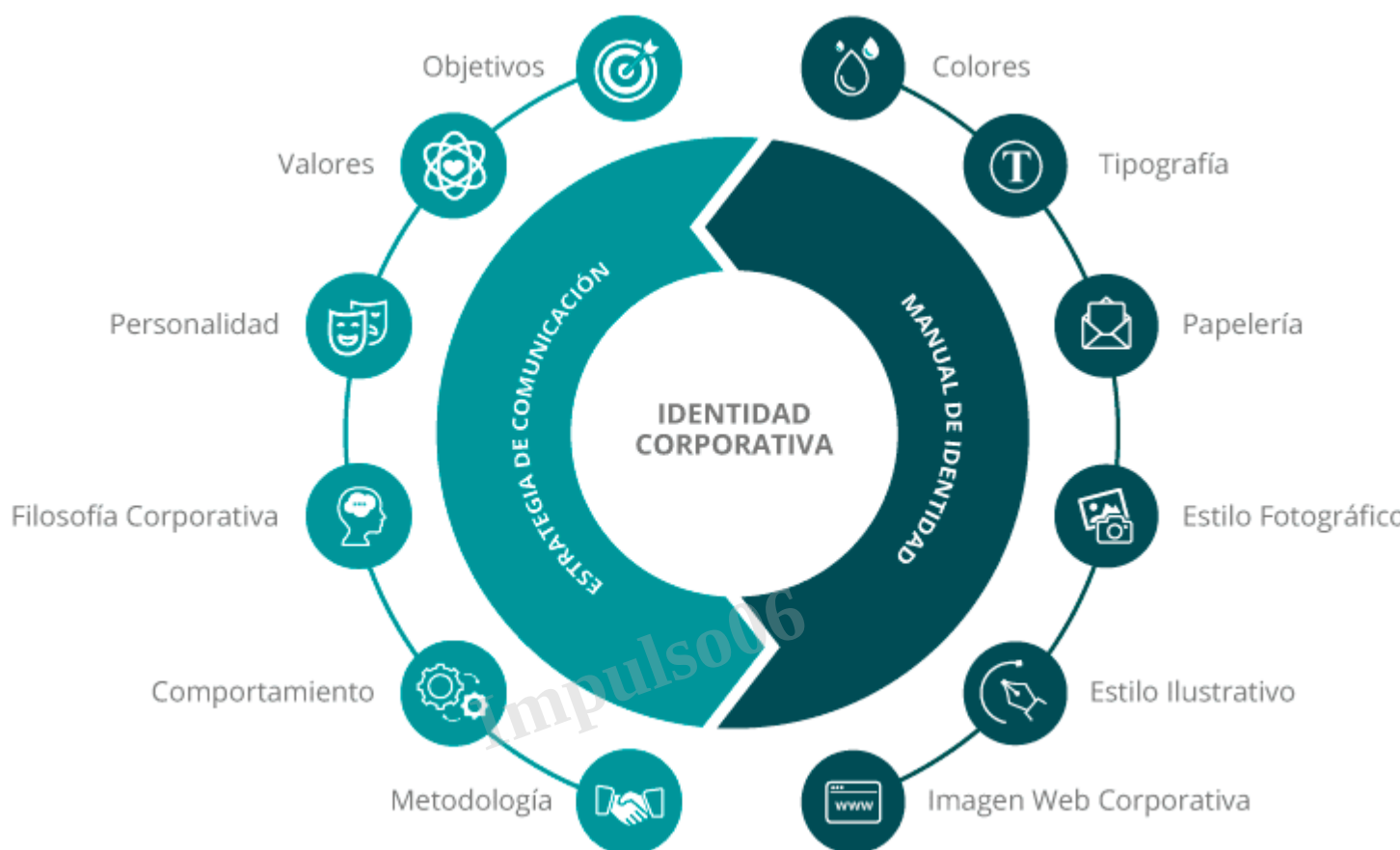
[**Curso GRATIS de Competencias Digitales Avanzadas.**](#)

[**Formación GRATIS de Ofimática en la nube.**](#)

[**Curso GRATIS de Comercio Electrónico.**](#)

Estos cursos te ayudaran mejor a comprender todo el proceso del cambio de imagen de tu empresa, tu marca personal de autónomo.... y de ese modo impulsar tu negocio y/o tu carrera profesional.

¿Cómo se define la identidad corporativa?



La identidad corporativa es la filosofía y los valores que una empresa quiere transmitir. Por lo tanto, es imperativo asegurar la consistencia y uniformidad de los estándares para evitar transmitir diferentes mensajes, y todos los elementos deben estar claramente definidos desde el principio.

Filosofía empresarial

Misión, valores, cultura, visión de la empresa. La filosofía corporativa es un conjunto de principios y creencias que guían todas las decisiones que toma una organización. Su propósito es sentar las bases para que las empresas construyan relaciones con sus productos.

Cultura corporativa

Normas y valores por los que se rigen los miembros de una organización. La cultura corporativa se define como “el conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización”. Transmiten a los empleados un sentimiento de identidad que facilita la cohesión entre todos los miembros de la compañía.

Recursos gráficos corporativos e identidad visual

Nombre, logotipo, eslogan, colores, tipografía, sitio web, medios, etc. La identidad visual es la construcción de varios elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca, sus valores y el posicionamiento en el mercado hacia su público.

Estrategia de comunicación

Comunicar efectivamente la filosofía de la empresa. Una estrategia de comunicación es el conjunto de acciones comunicativas que se realizan para lograr los objetivos planteados en torno a la imagen corporativa, las ventas o la reputación.

Reputación online

Las redes sociales son una gran herramienta para fidelizar al público objetivo de tu empresa ya que pueden actuar como prescriptor de tu marca. Llamamos «reputación online» al prestigio que tiene una marca. No está plenamente bajo el control de la organización, ya que todos los usuarios de internet pueden contribuir a fabricarla aportando sus comentarios y opiniones.

Todas las empresas quieren que sus clientes se identifiquen con los valores de su empresa.

Por ello, es fundamental aclarar desde un principio la diferencia entre imagen corporativa e identidad corporativa. Se debe cuidar cada detalle para que el público objetivo perciba claramente el valor de la marca.

Diferencias entre imagen e identidad corporativa

Una imagen corporativa debe reflejar los valores y la filosofía de una organización y se define por todos sus elementos tangibles (productos y servicios) e inmateriales métodos o estilos de comunicación, creando una personalidad de marca.

Relación entre imagen corporativa e identidad

Como resultado, de la imagen corporativa el público tiene una percepción de la empresa. Es por esto que las marcas necesitan definir claramente lo que quieren transmitir a sus clientes.

La identidad corporativa, por su parte, hace referencia a los elementos visuales y recursos gráficos que ayudan a definir una empresa, pero también incluye otros aspectos como la cultura y la comunicación corporativa, o los valores a los que aspira una empresa.

El primer impacto que un cliente potencial tiene en una empresa puede ser el factor decisivo en el consumo de los productos y servicios que ofrece su empresa.

Este es un aspecto fundamental ya que es lo primero que afecta al público y lo hace consciente de la marca al instante. Es la identidad corporativa la que debe expresar cómo la empresa quiere ser percibida por sus clientes.

En pocas palabras, la identidad corporativa es el factor interno que debe definir la propia empresa para dar una cierta impresión a los clientes potenciales, mientras que la imagen corporativa es cómo se percibe la marca. .

Beneficios de una buena imagen corporativa

Uno de los principales objetivos de una marca, y uno de los más difíciles, es lograr que el público reconozca su valor y al mismo tiempo reconozca su valor.

Ganar nuevos clientes

El impacto inicial que tienen los clientes potenciales de una empresa puede ser el factor decisivo en el consumo de los productos y servicios que ofrece su empresa. Por lo tanto, cada elemento de la imagen de tu negocio debe estar orientado a construir una conexión con tu público objetivo.

Fidelización

Una buena imagen corporativa no solo atrae nuevos clientes, sino que también fideliza a los clientes y establece relaciones cercanas e íntimas con los clientes. Atraer audiencias potenciales con reconocimiento de marca es una de las mejores formas de asegurar una conexión duradera en el tiempo.

Diferenciación de los competidores

Su imagen corporativa debe ayudar a su público objetivo a distinguir su marca de la competencia y, al mismo tiempo, aclarar la propuesta de valor tangible de su empresa. Establecer una posición clara en el mercado es esencial para el éxito empresarial. Diferencia entre imagen corporativa e identidad

Motivación interna

La imagen de una empresa no solo se refleja en el mercado, sino que también influye directamente en los empleados dentro de la empresa. Al hacer que se sientan orgullosos y alineados con los valores de su organización, puede aumentar su motivación y mejorar su desempeño. La marca comienza desde adentro. Es por eso que cada vez más empresas se centran en la marca de sus empleadores.

¿Cómo establezco una identidad corporativa?

¿Sientes que tu logo no te representa y tu audiencia no conecta con la imagen de tu marca? Para empezar, necesitas responder las siguientes preguntas.

¿Cuál es tu nombre?

¿Está relacionado con mi producto? ¿Mi público objetivo se identifica con él?, si la respuesta es no, deberías considerar cambiar.

Puede dar un poco de miedo, pero es la mejor forma de que te recuerden y así lleguen a tu marca y te compren.

No te quedes solo en el nombre, piensa en logos y colores, tipografías, dominio de la web de la empresa...

¿Qué tipo de valores debe añadir la empresa a los productos y servicios que ofrece?

Si piensas que tu imagen no transmite los valores de tu empresa entonces claramente debes cambiar la imagen. En el caso de una empresa, sin duda los valores corporativos juegan un papel esencial en la definición de la identidad empresarial.

Es imprescindible que tu imagen corporativa y tu empresa estén en perfecta sintonía.

¿Cómo le gustaría ser recordado?

Este es el punto mas importante. Si no te conocen, te juzgarán. Además, su identidad visual debe ser relevante para el consumidor que confía en usted y finalmente compra su producto.

Aspectos básicos para renovar tu identidad corporativa

Una vez que tenga las respuestas a las preguntas anteriores, puede comenzar con éxito a actualizar su identidad visual.

Primero, debe investigar su mercado y evaluar el nivel de competencia, su público objetivo (aquellos que desea conservar y aquellos que desea adquirir), su posición actual en el mercado y sus objetivos.

Luego, preste atención al nombre, el logotipo, los colores, el eslogan e incluso la tipografía. Puede estar desactualizado o la calidad no es lo suficientemente buena y es posible que deba modernizarse un poco. ¡Un soplo de aire fresco para tu marca!

Recuerde, si tiene un sitio web, debe reflejar la identidad general de su empresa. Si el color de su empresa es azul claro y el color primario de su sitio web es amarillo, no tiene sentido.

Los folletos y el empaque deben cubrir todos los aspectos de la identidad de su empresa. Un folleto no es más que un folleto que anuncia su marca. El embalaje es el embalaje temporal de mercancías. Ambos conceptos son muy utilizados en marketing para diferenciarse de otras marcas. Cualquier cambio debe reflejarse también en estos aspectos.

¡Comunicar cambios! Si no les dices que tu marca ha cambiado, tus clientes pueden confundirse y pensar que no es tu marca. Debes anunciar qué has cambiado y por qué.

Elementos a tener en cuenta al renovar la imagen corporativa

Como hemos visto, la imagen corporativa se compone de muchos factores, pero para renovar la imagen corporativa se deben considerar los siguientes:

Marca o nombre y logotipo de la empresa.

Se debe elegir un nombre corto y atractivo que produzca emociones positivas asociadas al símbolo, isotipo (representación visual de un logo con una imagen) o isologotipo (una mezcla de los dos anteriores) para reflejar una intención de marca claramente definida y al mismo tiempo crear atractivo y poder de marca frente al cliente, es decir, posicionarnos de una manera diferente a otras marcas.

A nivel visual, nuestros isologotipos requieren que manipulemos la asociación de ideas verbales para nuestra marca e introduzcamos elementos visuales utilizando una o más letras. Identidad de marca Para aclarar (el logotipo de la letra 'c' para una cadena de restaurantes Carrefour, la 'a' para la marca deportiva japonesa Asics, o la 'm' de McDonald's son claros ejemplos del uso de la letra como imagen de marca reconocible.

Eslogan de la marca o de la empresa.

Un eslogan corto es importante cuando se cambia la marca de una empresa. Y fáciles de recordar crean una asociación inmediata con la empresa ("Porque tú lo vales" de L'Oreal o "I'm lovin' it" de McDonald's). Son eslóganes que todos conocemos y asociado con productos de calidad en los que puede confiar. Estos lemas se utilizan ampliamente en todas las campañas publicitarias en todos los medios, desde comerciales de televisión, anuncios de marca en vallas publicitarias en las calles hasta grandes pancartas publicitarias que cubren edificios. .

Elementos gráficos para papelería y presentaciones de marca o empresa.

Tan importante como las dos partes anteriores, se pueden colocar elementos gráficos de papelería como uso de oficina, volantes, carteles, tarjetas de presentación, etc. donde se conozca nuestra marca e impresa con el nombre de la marca y su logo. calendario. ..

Sitios web y redes sociales.

Combine el comercio electrónico con una imagen corporativa fuerte y consistente con un sitio web intuitivo y fácil de usar que contiene información útil para transformar su imagen corporativa.

Asimismo, su imagen corporativa se beneficia de un uso justo y orientado al cliente de las redes sociales donde escuchar es más importante que impulsar su mensaje. Todos estos elementos combinados con un nuevo mensaje deberían refrescar con éxito la imagen de su empresa y tratar siempre a sus clientes con respeto, sabiendo que se les espera y se les trata por igual.

Impulso06