

01

Branding



Qué es una marca y qué no?



02

Branding



Un logotipo no es una marca

Una identidad visual o un eslogan,
a pesar de ser herramientas muy útiles,
tampoco lo son.

03

Branding



Un producto no es una marca

Un mal artículo podría beneficiarse de una buena marca y un buen producto podría fracasar sin la marca adecuada.

04

Branding



Una promesa no es una marca

En ocasiones puede actuar como una promesa que se le hace al cliente, pero en realidad, tampoco lo es.

05

Branding



Una marca es **un resultado**

Un resultado de muchos factores que influyen en la percepción del público. Por lo tanto, requiere tiempo y feedback.

06

Branding



Es el **sentimiento visceral**¹
de **una persona**² sobre un
producto, un servicio o
una organización.

- Marty Neumeier



1 Sentimiento visceral

Porque una marca siempre es un resultado emocional e instintivo, no racional.

2 Una persona

Una marca es definida por individuos y puede que cada uno de estos sienta algo diferente hacia ella. De modo que cuando se construye una marca, se crean tantas como espectadores tenga esta.

08

Branding



Una marca es **una reputación**

Aunque todo el mundo tendrá una idea diferente, estará bien mientras que una gran mayoría opine lo esperado y el resultado sea beneficioso.

09

Branding



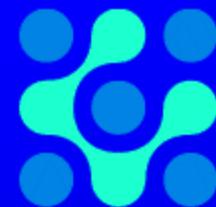
Recuerda que tu marca:

No es lo que **tú**
dices que es.
Sino lo que **ellos**
dicen que es.



Ya lo sabías? Te ha resultado interesante?

Si te parece útil,
compártelo ;)



arze.design

@arze.design

Inspirado por
Marty Neumeier