

El poder de la marca

The word "ideo" is rendered in a vibrant blue, 3D, rounded font. The letters are thick and have a slight shadow beneath them, giving them a three-dimensional appearance as if they are floating above a white surface. The 'i' has a small dot, and the 'o' is a simple circle. The overall style is clean and modern.

¿Tienen poder las marcas?

20 €



¿Tienen poder las marcas?

80 €



¿Qué vendemos a nuestros públicos?

- **Público interno:** Asociados
- **Públicos externos:** Instituciones, consumidores...

Vendemos SERVICIOS y CONFIANZA

¿Qué es una marca?

- Nombre, término, símbolo o diseño que **IDENTIFICA** productos o servicios en el mercado, **RESPALDA** sus atributos funcionales y los beneficios que nos proporcionan y los **DIFERENCIA** de la competencia.

¿Para qué sirve una marca?

Las marcas nos ayudan a **FIARNOS** y a **ELEGIR**



¿Por qué confiamos en una marca?

- Todas las acciones positivas de una asociación debidamente comunicadas contribuyen a crear una imagen pública favorable.
- La **imagen corporativa** es la suma de mensajes que reciben los públicos de una organización.

Debemos construir una BUENA REPUTACIÓN de la marca mediante nuestras ACCIONES.

1933



ideo

2009



Identidad corporativa e imagen corporativa

- **Identidad corporativa:** es la personalidad de la organización, lo que la empresa es y pretende ser.
- **Imagen corporativa:** todos los puntos de contacto de la organización con el público.

Debemos ser coherentes entre lo que somos y lo que comunicamos.

La identidad visual

- Es la “punta del iceberg”, la parte más visible de la organización.
- **Conjunto de signos** de identidad que resumen la esencia de la organización y son el instrumento más eficaz para darse a conocer.
- No es solamente un logotipo o símbolo, sino una totalidad de signos visuales materializados en las distintas aplicaciones.

La logomarca

- Símbolo
- Logotipo
- Fonotipo
- Colores corporativos
- Tipografía corporativa



Logotipo y símbolo

PHILIPS



Colores corporativos



La importancia del nombre

- Proceso de **NAMING**
 - Breve
 - Fácil de recordar
 - Fácil de pronunciar
 - Que suene bien
 - Original

Entorno Don Jaime



Entorno Don Jaime

entorno
donjaime

El manual de identidad corporativa

- Importancia de seguir una línea de diseño común
- Coherencia y continuidad
- Imagen de la asociación homogénea y unitaria
- No dejar las aplicaciones al azar

Las aplicaciones

- Papelería corporativa
- Rotulación (banderolas, placas)
- Artículos de merchandising
- Anuncios
- Internet
- Otros elementos señaléticos



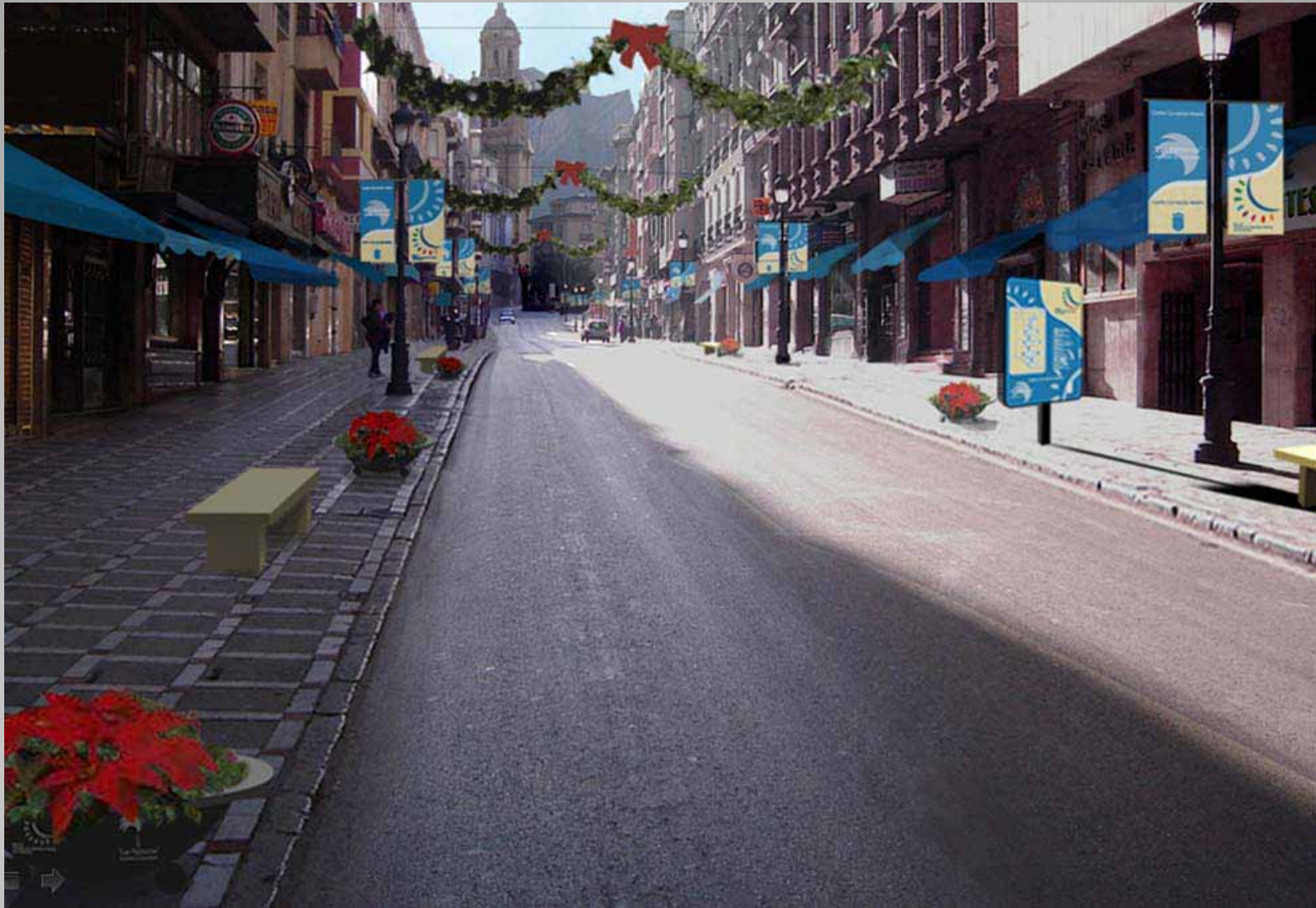
ideo



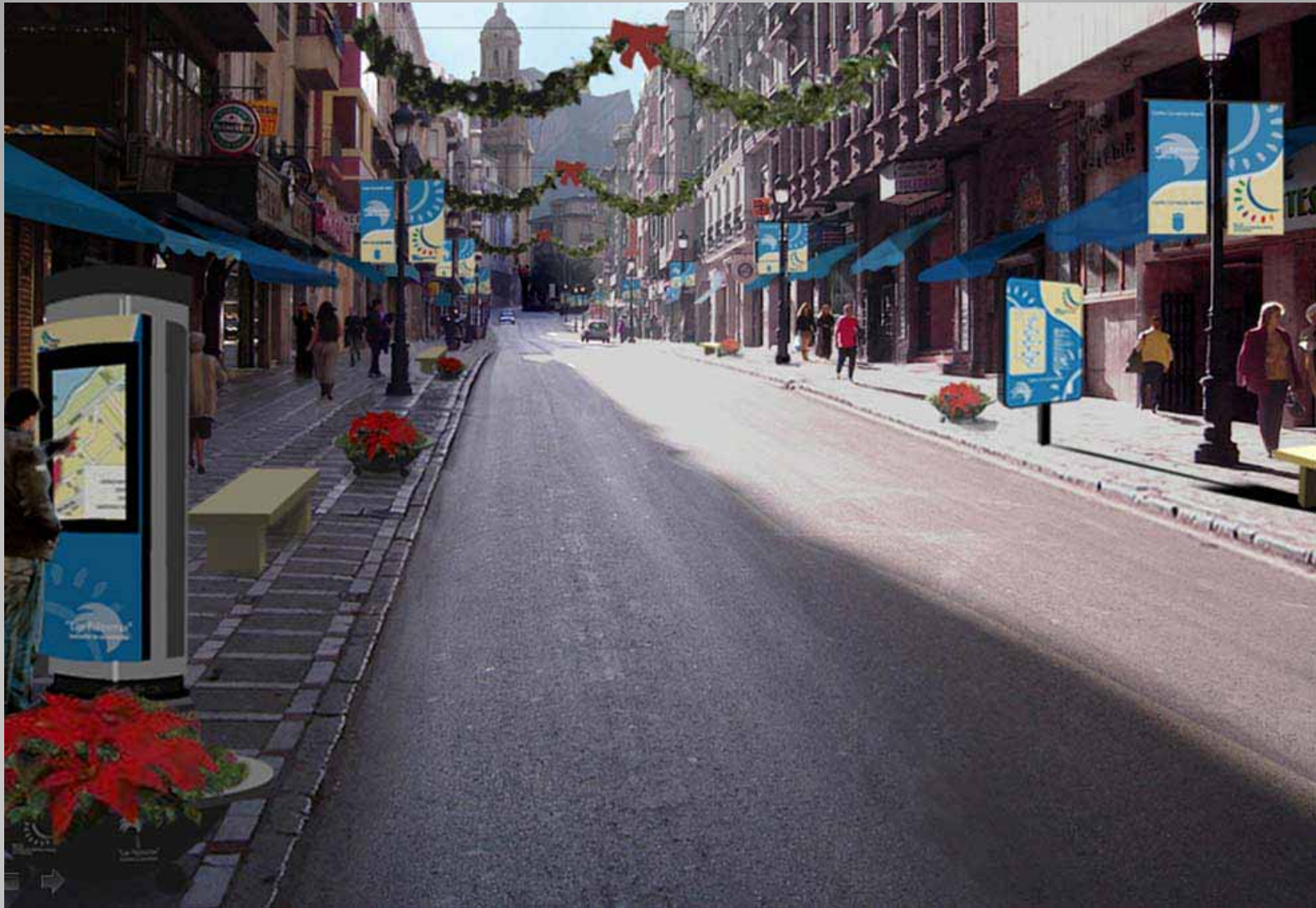
ideo



ideo



ideo



ideo

Para concluir...

- Importancia de las aplicaciones
- Ser siempre coherentes al aplicar la marca
- Nunca olvidar a quién nos dirigimos en nuestras acciones de comunicación
- Podemos variar el tono, pero no el mensaje
- Toda acción comunica y repercute en nuestra imagen de marca