

Herramientas y plataformas para crear branding digital y contenido de valor

3 · MAPA

Herramientas y plataformas para crear branding digital y contenido de valor

3 · MAPA

DIRECCIÓN

Carlos Guallarte
Santiago Tejedor

EQUIPO DE CONTENIDOS

Santiago Tejedor
Cristina Carril
Nataly Guerrero

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Lavinia Jaraba

FOTOGRAFÍAS

Portada

Portada

Pagoda, Tokio, Japón · StockByM · GETTY IMAGES

Contraportada

Lámparas de papel, Tokio y Japón · PIXABAY

Primera edición: septiembre del 2023

Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, Cerdanyola del Vallès

¡Bienvenid@ a este viaje por el mundo del branding!

Toda organización necesita de una buena imagen de marca. Permite a la institución crear, construir y transmitir la marca a nivel comunicativo para plasmar los valores e identidad de la organización y así conectarse con la audiencia. En este sentido, la marca se vuelve fundamental para la comunicación con el público. Hemos de lograr que genere confianza, transmita credibilidad y sintonice nuestros valores.

Para crear una gestión eficaz de estrategias de branding es necesario implementar herramientas digitales con un contenido de valor. Así, podremos lograr los objetivos y conectar con nuestros destinatarios. Asimismo, es necesario personalizar y posicionar la marca a partir de sus atributos diferenciales. A ello se une la importancia de realizar un análisis DAFO permanente que garantice la mejora continuada. La generación de contenidos útiles, elocuentes, atractivos y de valor será una vía decisiva y estratégica para alcanzar estos objetivos.



Qué es el branding digital



“¿Sabes cómo funciona el branding digital?”, por Jürgen Klarić



Branding: qué es y cómo implementarlo en tu organización



Muchas empresas buscan triunfar en las redes sociales, pero no saben atender al teléfono



Entrevista a Marcelo Ghio, consultor en branding y gestión estratégica de comunicación



“Cómo aventarte a hacer contenido”, por Fernanda Guerra



“Reconstruyendo una marca digital”, por Linda Eliassen



Branding digital: marcas que viven para siempre



Branding digital: el sello de marca para enamorar a tus clientes en el mundo online



¿Qué es el contenido de valor y por qué importa en el marketing?



“The Future of Branding is Personal”, por Talaya Waller



Para Ver

Para Leer

Entrevistas



BRANDING

Gestión de la Marca

¿Qué es?

Es la forma en que una marca se presenta y se percibe, incluyendo sus valores, tono de comunicación y atributos distintivos.



Definir atributos diferenciales de la marca



¿Cómo se logra?

Personalización

Posicionamiento

Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

Mejora Continua

Objetivo

Fidelizar y conectar a la audiencia con la marca.

Reconocimiento de marca por el público objetivo.

Fomentar la fidelidad de los clientes.

Destacar y destacarse de la competencia para captar la atención de los consumidores.

Identidad de marca

Logotipo

Eslogan

Tipografía

Paleta de colores

Valores y adaptación:

Honestidad

Confianza

Coherencia

Flexibilidad



3 · MAPA

Herramientas y plataformas para crear branding digital y contenido de valor

Toda organización necesita de una buena imagen de marca. Permite a la institución crear, construir y transmitir la marca a nivel comunicativo para plasmar los valores e identidad de la organización y así conectarse con la audiencia. En este sentido, la marca se vuelve fundamental para la comunicación con el público. Hemos de lograr que genere confianza, transmita credibilidad y sintonice nuestros valores.

TÍTULOS DE ESTA COLECCIÓN:

- 1 · MAPA
Historias: Viaje al storytelling
- 2 · MAPA
Gestión de crisis
- 3 · MAPA
Herramientas y plataformas para crear contenido de valor
- 4 · MAPA
Ciberespacio: Viaje al mundo de las Redes Sociales en la Empresa

“Una mala reputación es una carga, ligera de levantar, pesada de llevar, difícil de descargar.”

Hesíodo