

ANDALUCÍA  
**OPEN FUTURE**

*Telefonía*



Junta de Andalucía

# Cómo seguir construyendo marca durante la crisis de la Covid-19

# ¡Hola! □□ soy Jaime Gil

Mentor especializado en branding, diseño y posicionamiento de marcas en **El Cubo**.

CEO, director creativo y consultor de marca en **Momo & Cía.**

Más de 20 años de experiencia como diseñador y, en los últimos 15 años, también como consultor.



<https://www.linkedin.com/in/jaimegil/>



<https://andalucia.openfuture.org/mentores/jaime-gil-moyano/>



# De qué vamos a hablar

1. ¿Qué es Branding?
2. Las 4C (+2) del Branding: sostenibilidad de tu marca
3. Posicionamiento y promesa de marca
4. ¿Cómo aplicar esto a una situación como la actual?
5. Casos

A group of people in a meeting looking at a laptop screen. A man with a beard and a woman in a yellow top are in the foreground, looking at a laptop. Other people are visible in the background, also looking at the screen. The scene is brightly lit, suggesting a modern office or meeting room.

# 1. ¿Qué es branding?

Una pista: no es (sólo) tu logotipo y tu manual de identidad visual.

# Brand vs. Branding

## Brand

- Brand es tu marca.
- El término brand se ha usado habitualmente, para referirnos a la marca gráfica.
- Brand es el resultado de branding.
- Brand es una percepción.
- Brand es un conjunto de atributos.
- Brand es una **promesa**.

## Branding

- Branding o hacer marca es el proceso de posicionar, diseñar, empaquetar o comunicar tu marca de tal forma que los demás entiendan la idea, esencia, personalidad y promesa de tu marca.
- El branding es TRANSVERSAL. Se construye marca desde todas las dimensiones.
- El branding abarca todo aquello que tu audiencia percibe o valora de tu marca.
- **Es todo lo relacionado con lo que haces más que con lo que dices que haces.** (esto último constituiría el marketing, la comunicación y la publicidad).

**Branding** = nombre de tu marca + logo + identidad visual + marketing + comunicación + el tono + las imágenes + los colores + el trato con clientes + la relación con los proveedores o distribuidores + uniformes + rotulación de los vehículos + etiquetado + cómo se responde al teléfono + firma de correo electrónico + la presencia en RRSS (no solo la corporativa) + política de precios + el diseño de los espacios + RSC + el olor + el sonido + ...

Un buen logotipo no hace el trabajo por sí mismo, pero desde luego, ayuda si tras él todo lo demás se trabaja bien.

La identidad visual es esencial para proyectar una imagen coherente.



## 2. Las 4 C (+2) del Branding

# La imagen + las acciones

# Las 4C del Branding

- Coherencia
- Consistencia
- Constancia
- Confianza

# Las C que vienen después de HACER

- Coherencia
- Consistencia
- Constancia
- Confianza
- **Contenido**
- **Comunicación**

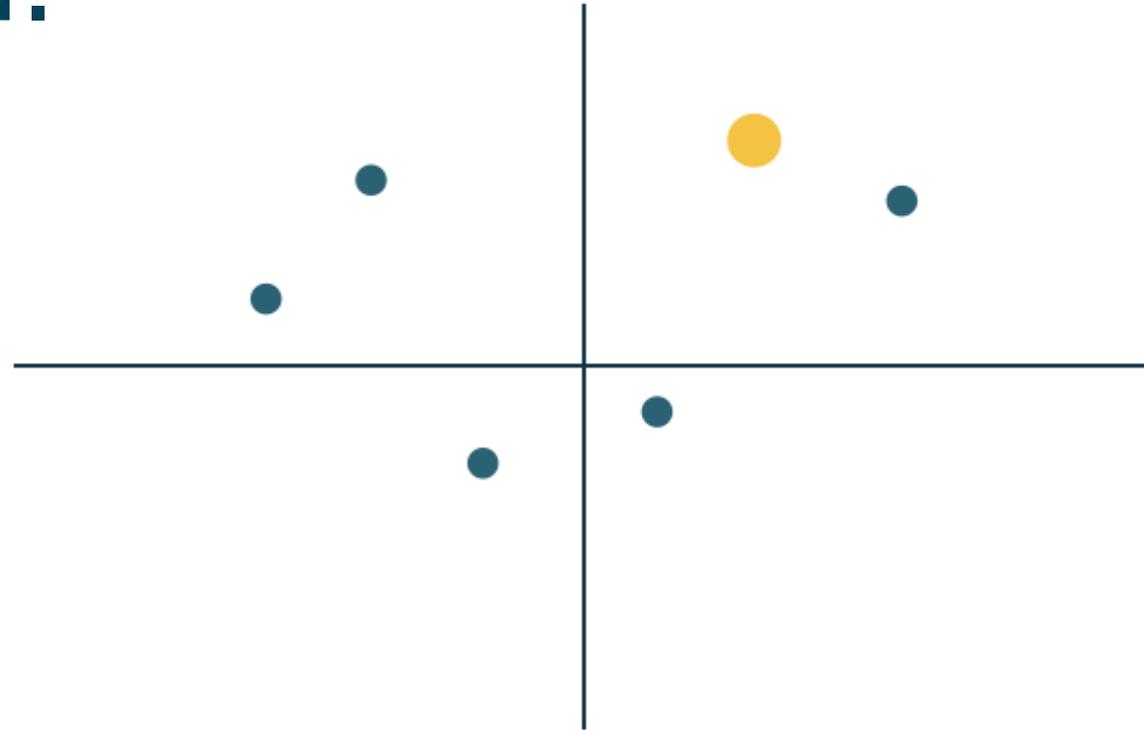
# Honestidad



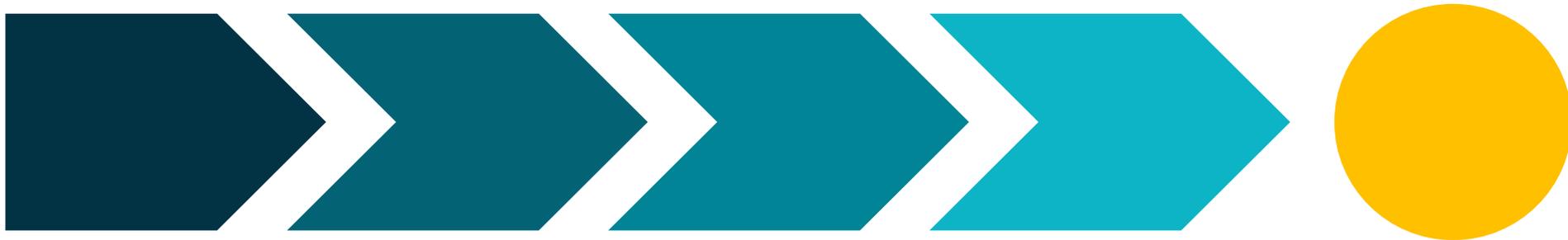
### 3. Posicionamiento y promesa de marca

# Posicionamiento y Estrategia

El **posicionamiento** es el lugar ocupamos en la mente de nuestra audiencia.



La estrategia de marca es la expresión de la estrategia de negocio desde las dimensiones de la misión, el valor y el significado para sus grupos de interés o stakeholders.



¿Qué es la promesa de marca?

La promesa de marca es **lo que haces**,  
no lo que dices que haces.

# Promesa de marca

- La promesa de marca **no es un slogan ni un claim**. Se trata de la esencia.
- La promesa de marca son las expectativas generadas que cumplimos. Es lo que aporta **confianza** en la relación con nuestra audiencia y hace que nos acompañen a lo largo del tiempo.
- Toda compañía debería **tomar el control** de su marca y hacer partícipe a su equipo de cuál es esa promesa, para que todas las partes trabajen en una misma dirección y **cumplan las expectativas** de su audiencia.

# Promesa de marca

- Una promesa de marca no cumplida genera **frustración y desconfianza**.
- Cuando construimos una marca estamos generando una **relación a largo plazo**. En nuestras manos está que esa relación sea mejor o peor.
- El **diseño** de la marca gráfica, el diseño de producto, el diseño de la experiencia de usuario (digital y presencial), ... son esenciales para cumplir esa promesa de marca. Abarcan los principales puntos de contacto (*touchpoints*) con la audiencia.

A group of people in a meeting, with a man pointing at a laptop screen. The scene is set in a modern office with large windows in the background. The man in the foreground has a beard and is wearing a grey jacket and a black watch. He is holding a blue pen and pointing at the laptop screen. A woman in a yellow top is looking at the screen. In the background, another man with glasses and a woman are also looking at the laptop. The overall atmosphere is professional and collaborative.

## 4. ¿Cómo aplicar esto a una situación como la actual?

Una pista: no hay mucha diferencia con una situación más favorable.

# ¿Cómo se mantiene la promesa de marca en las circunstancias actuales?

En una situación de crisis como la actual, al igual que en una situación más favorable, es muy importante saber cuál es nuestro posicionamiento y **actuar en consecuencia**, sin alejarnos de la hoja de ruta marcada por nuestra estrategia.

Pregúntate:

¿Qué espera la audiencia que haga  
(o no haga) mi marca en estas  
circunstancias?

# ¿Tienes algo importante que aportar?

- Son momentos muy sensibles. Si no tienes algo relevante que aportar y contar, mantén un perfil bajo.
- No es momento de oportunismos.
- Si vas a hacer lo mismo que el resto, ¿dónde deja eso tu posicionamiento?
- Evita el “autobombo”. Aporta algo útil desde la singularidad de tu actividad o marca. No cuentes sin hacer.

# Pistas

- Las iniciativas que tome tu marca deben estar en línea con su misión, propuesta de valor y promesa de marca.
- Evita caer en “lugares comunes”.
- Las acciones y comunicación de tu marca podrían volverse útiles e instructivas. Aporta.
- Si el mensaje elegido es emocional, debe ser honesto y estar en línea con tu misión o promesa de marca.
- Estamos hablando no solo de marketing (no todo son campañas). Hablamos principalmente de acciones y adaptación.



## 5. Casos

Cómo algunas marcas lo hacen bien y otras no tanto.



Dove:

**Courage is beautiful**

<https://youtu.be/sQOq0-ODBbc>

## Inditex garantiza el pago a sus proveedores de prenda a pesar del Covid-19

La compañía responde a las reclamaciones de asociaciones de países como India y Bangladesh tras la cancelación en masa de pedidos por el aumento del stock.



ReasonWhy.

ACTUALIDAD REPORTAJES OPINIÓN PODCAST ESPECIALES QBUSCAR

## Zara lanza su campaña de verano con fotografías desde casa

- Los modelos han sido los encargados de realizar sus propias fotografías
- En esta ocasión, el estudio se ha sustituido por el dormitorio, el salón o el jardín



Why&Actualidad.com: sus fotografías: «económico consultoría styling internacional» «venta online» en una postalita (nada)

- INICIATIVA**  
El ICEX ofrece consultoría a empresas para la expansión internacional online
- INICIATIVA**  
Las marcas están dispuestas a adaptarse a un futuro online para los festivales
- INICIATIVA**  
Los anuncios que nos está dejando el confinamiento

## LAVANGUARDIA | Vida

Al Minuto Internacional Política Opinión Vida Deportes Economía Local Gente Cultura sucesos Temas

Directo La crisis del coronavirus: la desescalada en España

BRANDSLAB

SALUD Y VIDA

## Inditex pone toda su capacidad logística al servicio de las autoridades sanitarias

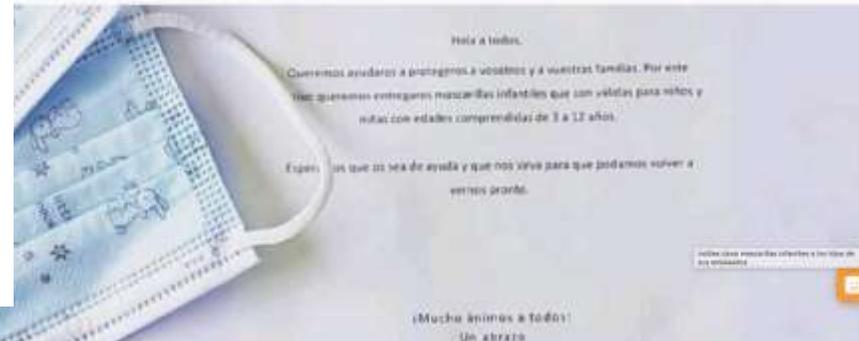
- La compañía, que se ha comprometido a adquirir y donar material por valor de 25 millones de euros, ya ha logrado traer a España más de 35 millones de unidades de protección sanitarias entre aportaciones públicas, privadas y propias
- Coronavirus: última hora en España y resto del mundo, en directo



ECD Inditex envía mascarillas infantiles para los hijos de sus empleados

## Inditex envía mascarillas infantiles para los hijos de sus empleados

Los trabajadores recibieron el pasado jueves una carta firmada por la empresa con material protector para menores de 3 a 12 años.



# INDITEX

## Un claro ejemplo de cómo hacerlo bien.

Sus acciones como marca abarcan todas las dimensiones y a todos sus stakeholders.

### No se dirigen sólo a sus clientes.

Consulta las últimas novedades sobre nuestras políticas de cancelación y las medidas que estamos tomando ante el coronavirus. [Más información](#)



Hospeda en tu vivienda Ofrece una experiencia Ayuda Regístrate Iniciar sesión

Alojamientos Estancias largas Experiencias Experiencias online **NOVEDAD**

UBICACIÓN  
Introduce una ciudad, lugar de referencia o dirección

LLEGADA/SALIDA  
Introduce las fechas

HUÉSPEDES  
Añade los huéspedes

Buscar

Aunque ahora estemos separados,  
esto lo superaremos juntos.



#### Experiencias online

Un mundo de actividades únicas que podemos hacer juntos, aunque estemos separados.



#### Estancias largas

¿Necesitas una estancia de un mes o más? ¡Siéntate como en casa en un alojamiento en Airbnb!



#### Alojamientos para la crisis del coronavirus

Busca u ofrece alojamiento para los profesionales que luchan contra el coronavirus.

# Airbnb

**Cómo pivotar para adaptar tu oferta y mensaje temporalmente en uno de los sectores más afectados por la crisis actual.**

<https://www.airbnb.es/resources/hosting-homes/t/coronavirus-updates-34>

# Marko propuso que todos los pilotos Red Bull se infectaran adrede de coronavirus



Helmut Marko - Erwin Schertau/APA/epa - Anchoa  
VIENA, 30 Mar. (dpa/EP) -

## Rechazados los respiradores 'low cost' fabricados por Red Bull y Renault

SPORTYOU 15.04.2020 - 10:06H

- Los prototipos del diseño de los 'BlueSky' no han recibido la validación del servicio de salud británico.
- El equipo Mercedes de F1 fabrica 10.000 respiradores en 10 días y publica sus diseños para que sean copiados.

BLOGS DE ZOMINUTOS

VENTE SEGUNDOS  
A Sánchez le ofrecen que vaya a ser despedido

Red Bull TV Eventos Atletas Productos

Equipo Red Bull

Descubre a algunas de las pioneras de la electrónica  
Si no sabes quién es Suzanne Clark, Mariachi, Anna Olin, Wima, Sweden 14 y Janet Wu...

Mira cómo Mark McMorris hace este truco

Jordan Zapatillas: "Los videos más malos son los que más lo petan"  
Entrevista a un atleta el que le ha permitido ser todo patinando desde la infancia...

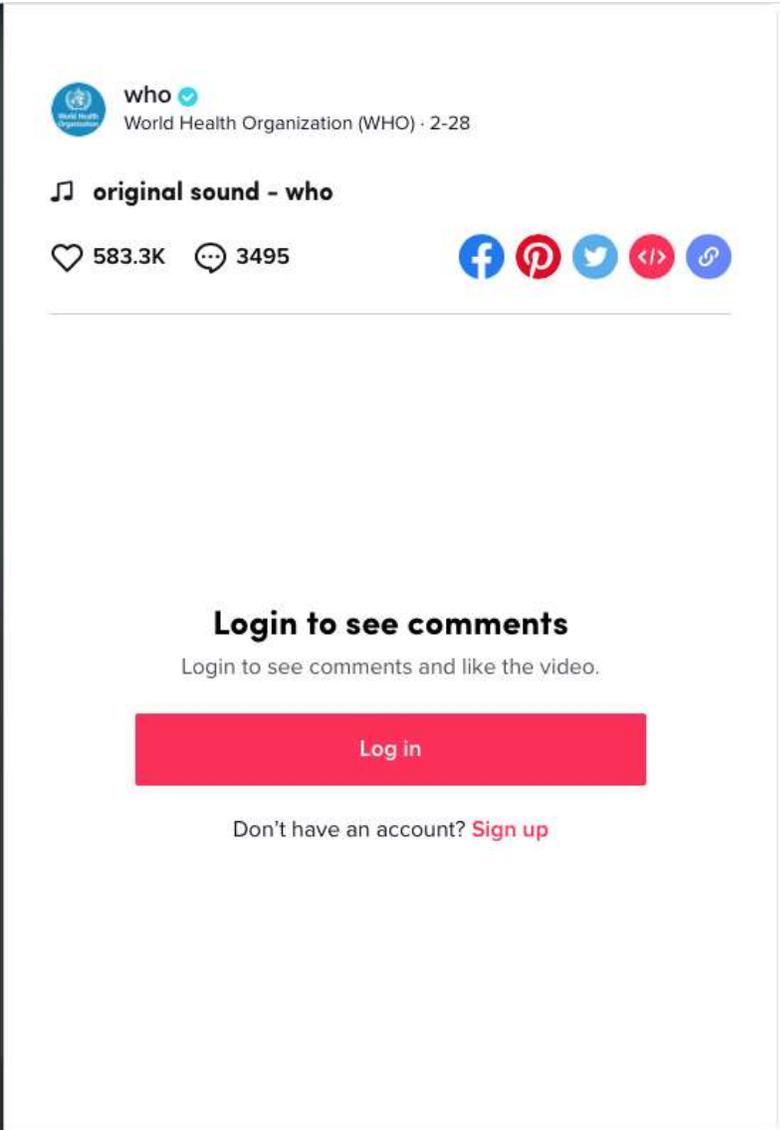
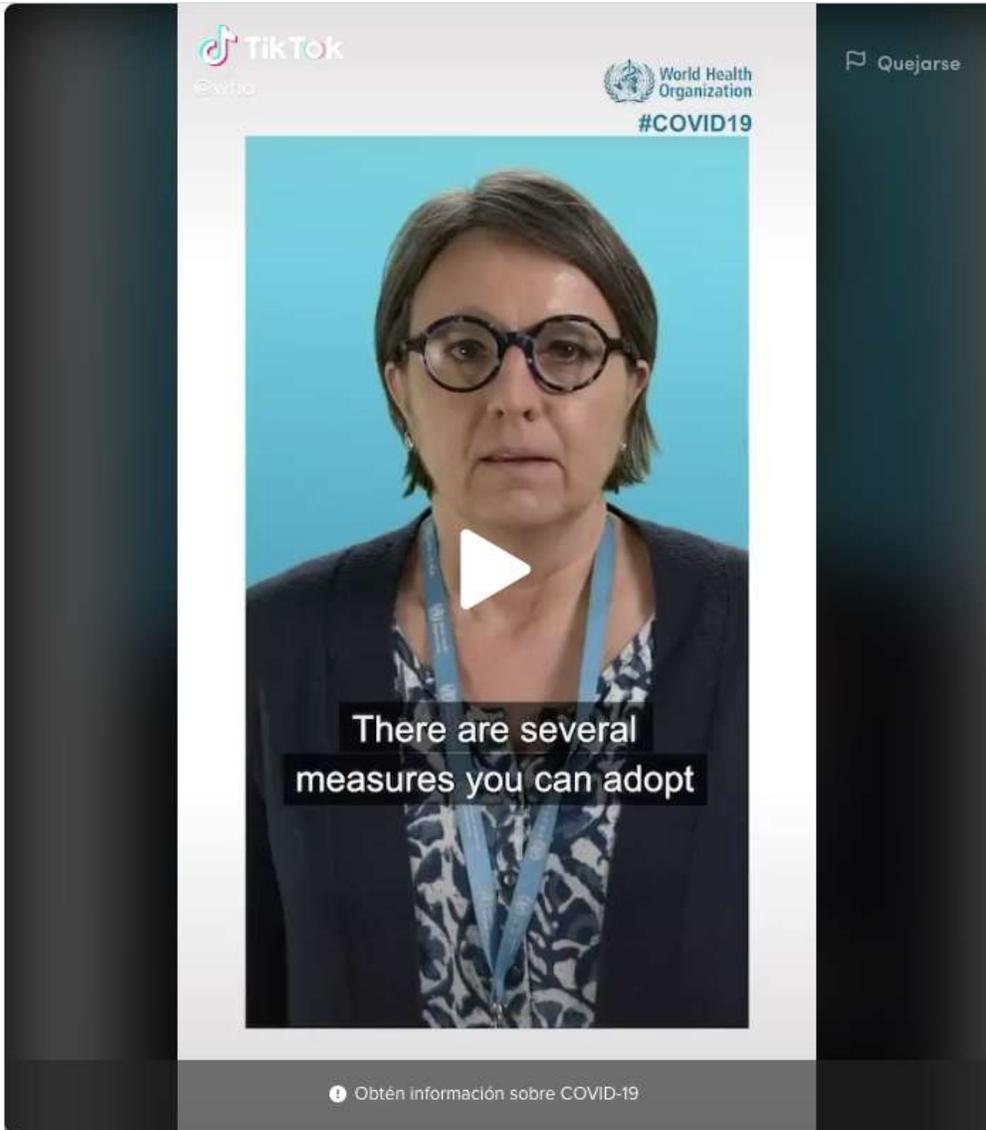
Mira las mejores películas de motocross en Red Bull TV  
Red Bull TV te ofrece todas las mejores películas de...

Leticia Bufoni nos descubre los secretos de su vida

El día en el que Arkano entró en la historia del rap  
El rapero y productor español agarró su rap...

# Redbull

# Varios intentos fallidos y ninguna referencia la crisis en su web corporativa.



# Organización Mundial de la Salud

**Información de primera mano para combatir los bulos en una red donde abunda la información errónea.**

<https://www.tiktok.com/@who/video/6798585004302683398>

# LE WHOPPER



DE LA QUARANTAINE.



# LE BIG KING



DE LA QUARANTAINE.



Burguer King

Burger King  
comparte la  
receta de sus  
hamburguesas  
para que la  
gente pueda  
hacerlas en casa  
durante la  
cuarentena

Fuente:

<https://www.latinspots.com/sp/noticia/burger-king-ofrece-el-whopper-quarantine/53669>

*Ruavieja*

---

Tenemos  
que  
vern<sup>o</sup>s  
~~mas.~~

---

#Quédateencasa

---

**Tenemos  
que vernos  
menos.**

Para que luego  
podamos vernos más.

---

#Quédateencasa



Ruavieja

**Cambia el  
sentido de su  
mensaje y  
mantiene el  
posicionamiento,  
llamando a la  
responsabilidad.**

Fuente:  
<https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1158565054305/ruavieja-cambia-mensaje-ahora-tenemos-vernomenos.1.html>

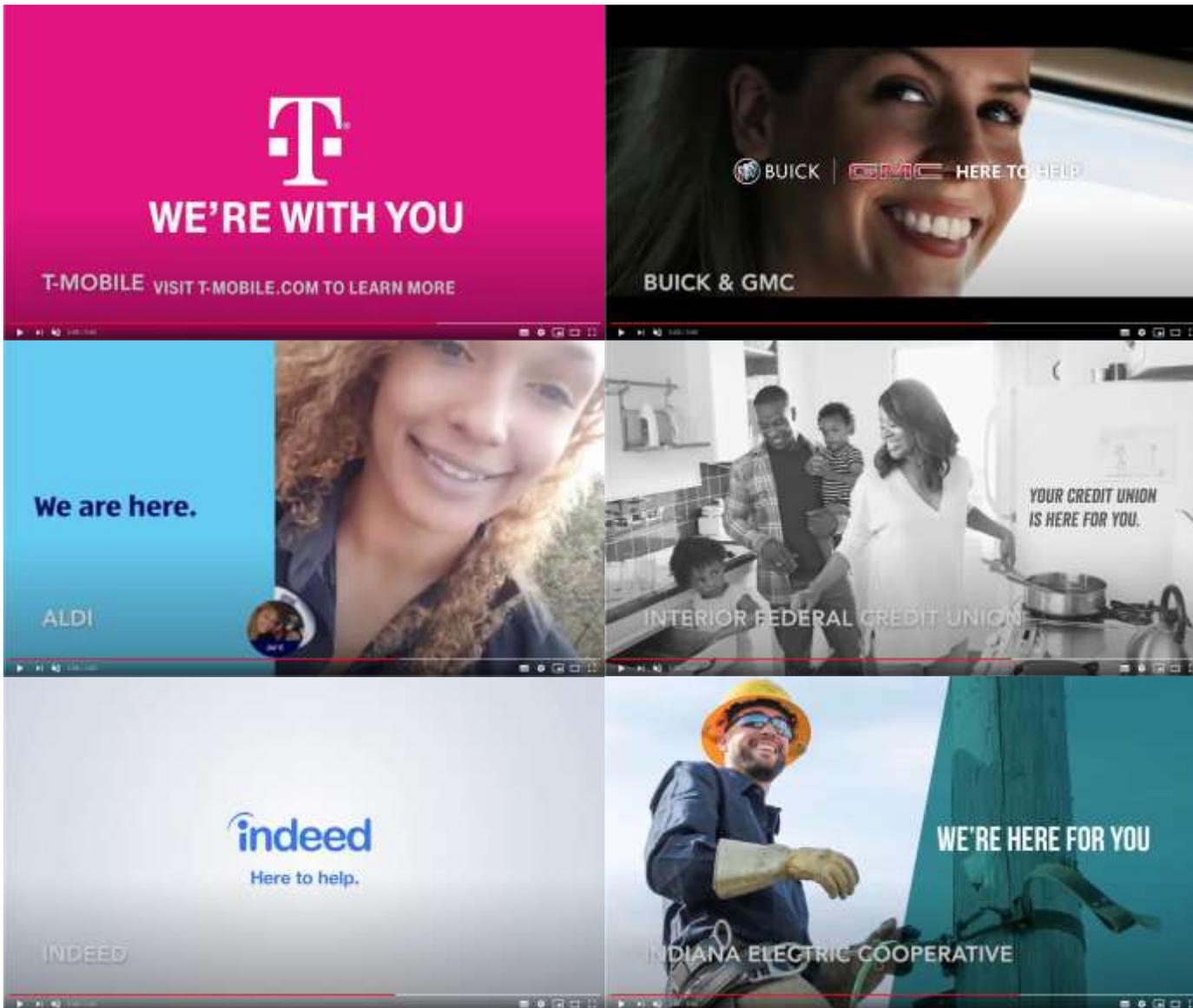


Mc Donalds

**20 segundos que no puedes evitar.**

<https://youtu.be/NZuelx57e8A>

Fuente:  
<https://www.thedrum.com/creative-works/project/leo-burnett-mcdonalds-we-are-safety-with-both-hands>



## Reflexión final

**Si dices lo mismo que los demás y lo cuentas de la misma forma, sin aportar valor, ¿dónde queda tu posicionamiento?**

<https://youtu.be/vM3J9jDoaTA>

Fuente:

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/anuncios-marcas-confinamiento-coronavirus>



¿Preguntas?



¡Gracias!

ANDALUCÍA  
**OPEN FUTURE**

*Telefonica*



Junta de Andalucía