

Taller de Identidad Corporativa

...

Profesor: Jorge León

La estrategia de marca
...

estrategia

Del lat. *strategia* 'provincia bajo el mando de un general', y este del gr. στρατηγία *stratēgia* 'oficio del general', der. de στρατηγός *stratēgós* 'general'.

1. f. Arte de dirigir las operaciones militares.
2. f. Arte, traza para dirigir un asunto.
3. f. *Mat.* En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Estrategia de marca: definir qué características y qué funciones debe cumplir una marca antes de encarar su diseño.

Definir la estrategia antes de diseñar, implica potenciar la creatividad en la posterior etapa de diseño.

Y profesionaliza el vínculo entre diseñador y cliente...

... porque deja en claro que el diseñador no improvisa, sino que planifica y argumenta su intervención y no “dibuja lo que se le ocurre”, sino lo que le hace falta.

El diseño es un servicio.

No existe un método para diseñar bien, porque cada caso es único y diferente, y requiere una creatividad aplicada a sus necesidades particulares.

Sí podemos hablar de un método de trabajo: Una sucesión de pasos que siempre conviene dar para programar la etapa de diseño de marcas.

... porque deja en claro que el diseñador no improvisa, sino que planifica y argumenta su intervención y no “dibuja lo que se le ocurre”, sino lo que le hace falta.

El diseño es un servicio.

Los datos previos

¿Quién es nuestro cliente?

¿Cómo utilizará la marca?

¿Cómo está el sector?

¿Quién es nuestro cliente?

El diseño profesional es lo contrario del diseño estándar, por lo tanto el diseñador debe desarrollar alta capacidad para entender quién es y cómo es su cliente, si lo quiere identificar bien.

1. El sector y subsection específico en que se inscribe
2. La finalidad o misión
3. La escala o tamaño
4. La trayectoria (si es una institución existente)
5. El caracter de su propiedad
6. La actividad concreta, qué hace
7. Los valores distintivos de su oferta o servicio
8. La escala y tipo de mercado o audiencia
9. La situación competitiva.

Restaurante MODENA

Comida italiana

Atendido por un dueño

Sofisticado

Precios muy altos

Camareros, maître y sommelier



Restaurante MODENA

Comida italiana

Cadena de locales

Popular

Precios bajos

Autoservicio



MODENA

Yves Saint Laurent



Lacoste



Yves Saint Laurent



Lacoste



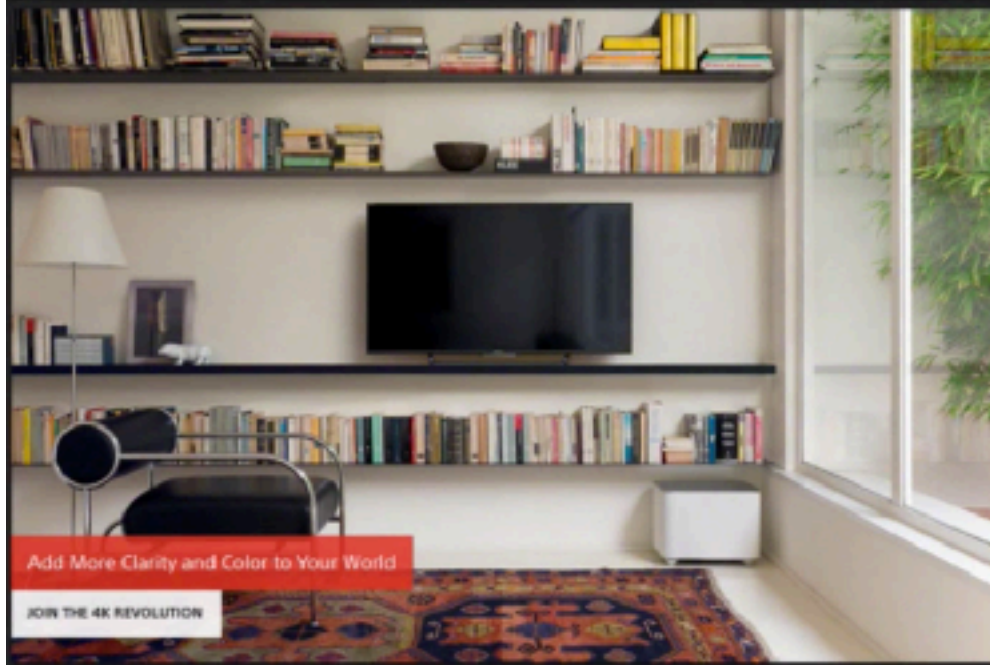
¿Cómo utilizará la marca?

El diseñador, antes de decidir la estrategia debe conocer la lista completa de las piezas de comunicación y las situaciones de uso de la marca del cliente.





SONY



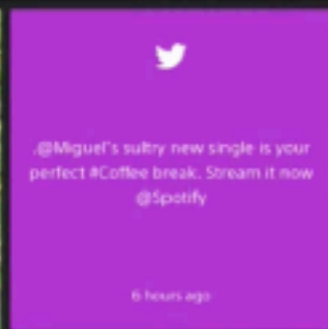
Add More Clarity and Color to Your World

JOIN THE 4K REVOLUTION



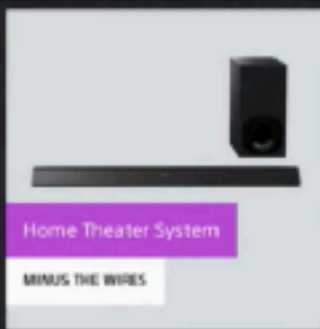
Find the Perfect Gift for Her

GET IDEAS



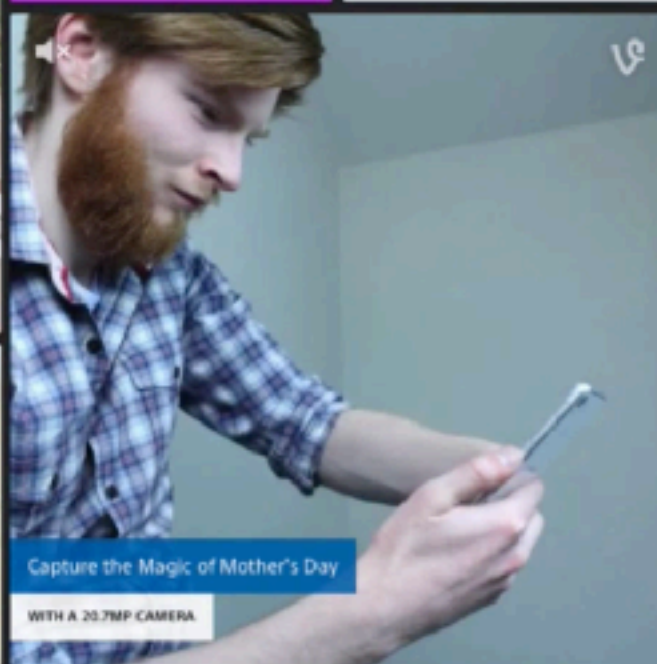
@Miguel's sultry new single is your perfect #Coffee break. Stream it now @Spotify

6 hours ago



Home Theater System

MINUS THE WIRES



Capture the Magic of Mother's Day

WITH A 20.7MP CAMERA



Productos

Soluciones

Dónde comprar

Asistencia

Contáctenos

Partners

Medicina



Medicina



Cámaras de imágenes para aplicaciones médicas



Grabadores médicos



Monitores para cirugía



Impresoras para aplicaciones médicas

Productos

Aplicaciones

3D

Sony Medical ofrece innovación en el flujo de trabajo de imágenes con nuestra gama de productos especializados, incluidos la tecnología 3D HD más avanzada. En cuanto a las aplicaciones, Sony Medical ofrece cámaras para capturar imágenes; impresoras para mostrar imágenes; grabadores para almacenar imágenes; soportes de impresión para documentar imágenes.

Este equipo está destinado a ser utilizado solo por profesional médico cualificado. El estado de registro de los dispositivos función del país.



Reconocida por su
calidad.
Comprometidos con
la innovación



SONY
make.believe

Medical Catalogue 2012/13

Redefining clarity

pro.sony.eu/medical

OLIN

[ABOUT](#) [WORK](#) [PEOPLE](#) [NEWS](#) [Q](#)

OLIN



**OLIN creates distinguished
landscapes and urban designs
worldwide. Our work is predicated upon**

craftsmanlike practices. Landscapes are
designed to be aesthetically pleasing and durable.
We value both functional, flexible and environmentally
sensitive design solutions. Through craft, our
landscapes have potential to be conduits for human
interaction, innovation and community. We approach
each project individually, finding design solutions
upon the underlying expressive power of a particular
site in conjunction with specific programmatic
requirements.



OLIN

OLIN



OLIN

OLIN

¿Cómo está el sector?

El diseñador, antes de decidir la estrategia debe conocer y analizar el contexto marcaría del sector al que pertenece su cliente.



Mercedes-Benz



CITROËN



RENAULT



HYUNDAI



PORSCHE



DAIHATSU



Audi



Cadillac



ŠKODA



MASERATI





ISUZU



Jeep





ISUZU



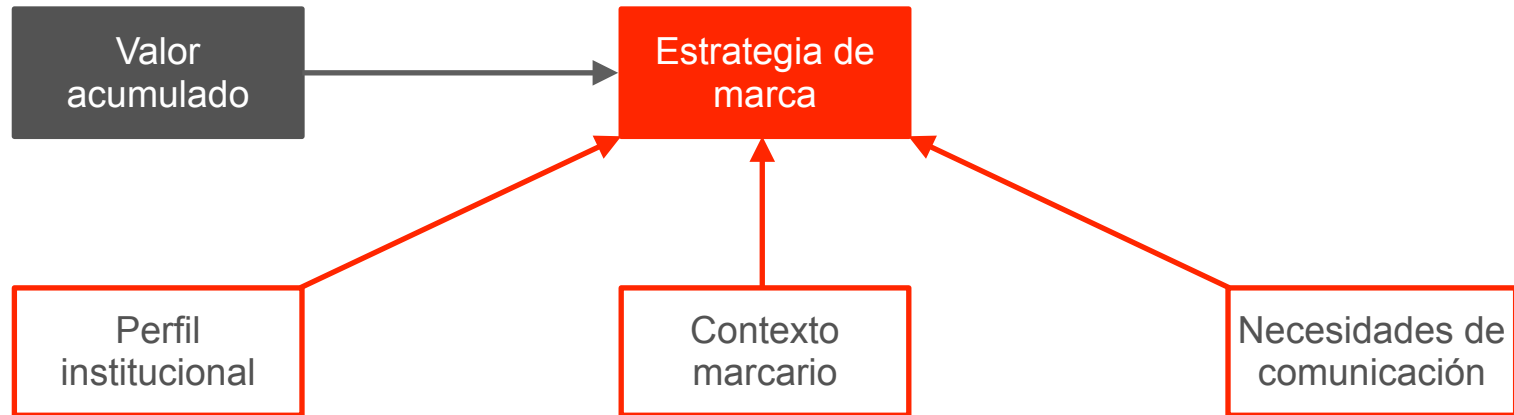
Jeep



MERCURY



Estrategia de marca: definir qué características y qué funciones debe cumplir la marca antes de encarar su diseño.



En pocas palabras, la estrategia debe responder a una serie de parámetros que nos ayudarán a plantear la mejor solución de diseño.

Fin

...