

## Taller #4

### ¿Qué es el Branding?

Es el proceso mediante el cual se construye una marca, comprendiendo este como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la que esta será identificada por su público. Por ello, cada paso que da la empresa hasta convertirse en una marca rápidamente reconocible por sus clientes debe analizarse y seguir una estrategia previa.

### Objetivos del Branding

En este punto no vamos a entrar de lleno en dar objetivos de marca, sino que la idea es conocer que objetivos reales conlleva hacer **branding**.

Porque el branding nos va a ayudar a:

- 1.- **Definir** la propuesta única de valor o ventaja competitiva.
- 2.- **Diseñar** una estrategia de marca competitiva, orientada al mercado y en línea con la estrategia de marketing y de negocio.
- 3.- **Posicionar** la marca en el mapa competitivo.
- 4.- **Dotar** a la marca de atributos y valores.
- 5.- **Configurar** la personalidad de la marca.
- 6.- **Trabajar** la dimensión "más humana" de la empresa.

Sin olvidar que el objetivo final del branding nos es otro que la marca venda más. Que quede claro.

Vender a través del posicionamiento de marca, vender a través de estrategias comunicacionales y vender a través de la personalización de la marca.

### Importancia del Branding

El branding nos permite generar relaciones y vínculos emocionales a largo plazo con los consumidores, ya que los clientes estarán dispuestos a pagar una suma sustancial de los precios de una buena marca, y seguirán siendo fiel a ella en la medida en que les proporcione un valor real en términos funcionales y emocionales.

### ¿Cómo se define el branding de marca?

Para entender qué es el branding, lo primero que tenemos que comprender, es qué es una marca. La definición más habitual, la que podemos encontrar en la mayoría de fuentes (tanto bibliográficas como de internet), es la que establece la Asociación Americana de Marketing, y sostiene que una marca es *"un nombre, signo, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, cuyo fin es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de su competencia"*