

Origen y desarrollo de la Identidad Corporativa

La identidad corporativa o imagen visual como era llamada en un inicio parece que es algo viejo, si bien es algo que ya tiene sus años se ha convertido en lo más importante para las empresas desde su invención y aplicación, en estos tiempos los compradores y público activo en general somos guiados por lo que vemos, nos compran o convencen fácilmente si la envoltura es bonita, va con nuestro estilo de vida, o simplemente si nos gustan los comerciales que lo publicitan, la identidad corporativa hace que todo eso se haga realidad y se haga en orden para un mejor resultado, otro punto muy importante que las empresas están utilizando a su favor y como arma principal son las experiencias, esas sensaciones causadas en sus consumidores que hacen que su imagen visual se vea reforzada por ese resultado obtenido en cada cliente.

La cultura de la empresa es un punto muy importante ya que tiene que estar muy bien constituida desde adentro y con sus valores muy bien definidos y aplicados sobre la marcha para que ésta mezcla de elementos de sus resultados en cierto plazo, cuando una empresa tiene claro qué es lo que quiere, cómo lo quiere y hacia dónde se dirige le resulta mucho más fácil llegar a sus públicos, siguiendo por supuesto y sin abandonar su concepto rector, que es el que logrará que esos próximos compradores o clientes lleguen a él y que los que ya lo son, permanezcan.

La empresa debe estar consciente de lo importante de esto, ya que la confianza y credibilidad que ellos lleguen a sembrar en esos públicos serán los frutos que recojan en un tiempo después, en estos tiempos estamos muy acostumbrados a identificarnos con los productos por la reputación y la confianza que éstos nos generan, lo que va de la mano con las experiencias que previamente crearon con nosotros y así de formó ese lazo de fidelidad entre producto- cliente, este lazo hará que no se piense como cliente en adquirir otro producto, haciendo la mejor publicidad de todas, la de boca en boca basada en la experiencia generada.

La imagen de una empresa nunca debe dejarse caer, algunas empresas pueden caer en el confort de estar en lo más alto y quedarse siempre en un mismo nivel, dejando de innovar en sus formas de publicitarse, en sus presentaciones e incluso en los productos, creyendo que sólo con el nombre les bastará para siempre, ahora con el desarrollo del mercado tan acelerado y la lluvia de propuestas que vemos a diario entre las empresas y sus productos, la empresa misma no debe bajar la guardia ya que de la vista nace el amor como se dice coloquialmente, cada vez más se enfrentan a públicos más exigentes que demandan que la calidad sea la mejor, incluso teniendo una amplia calidad pero si no te das a mostrar ante los demás de una manera llamativa la gente se quedaría sin comprobarlo.

Ahora orientándonos a la base de la identidad corporativa, existen los siguientes puntos:

Identidad corporativa: Son los diseños gráficos, audiovisuales o propuestas que muestras ante los demás.

Publicidad: Son todas aquellas campañas que se utilizan para darse a conocer al público, ya sea que la misma empresa se encargue de eso o incluya la colaboración de agentes externos para que la lleven a cabo.

Promoción y material audiovisual: Como parte de la publicidad, son los medios por los cuales se publicita el producto, medios gráficos como los espectaculares, folletos, lonas etc., todo dependiendo del público al que van dirigido para saber qué tipo de estrategias llevar a cabo y con qué medios se van a trabajar.

Proyectos especiales: Las ediciones especiales de revistas que existan dentro de la empresa.

Diseño Industrial: El diseño del material que se ajuste a las necesidades de la empresa para desarrollarse.

Relaciones externas: La relación que existe con esos líderes de opinión que en un futuro servirán como apoyo de la misma empresa o producto.

Diseño arquitectónico: Como su nombre lo dice la arquitectura o las obras encargadas a personas calificadas, incluyendo y adaptando todo a las necesidades de la empresa.

Administración: Los encargados de las ventas y toda el área administrativa de la empresa.

En conclusión , sin la imagen corporativa una empresa no es nada, debe cuidar cada uno de los aspectos antes señalados para que pueda consolidarse como una de las grandes empresas como lo es BIMBO, si de México hablamos, que a lo largo del tiempo ha sabido como manejarse y hasta ahora es el más reconocido fabricante y distribuidor de pan de caja, entre otra variedad pero teniendo como fuerte el de caja, permaneciendo en la mente de cada comprador que lo ha consumido desde chicos y se ha convertido en muchas familias como algo de tradición, creando esa confianza y credibilidad que ha formado ese lazo, sin dejar de innovarse, sin dejar de lado sus valores y su meta principal, los cambios que ha hecho a lo largo de los años n se han salido del estilo marcado desde un principio, lo que la ha ayudado a su fácil ubicación y reconocimiento.