

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

Me gusta de comenzar con la primera lectura, y habla más que nada sobre una imagen corporativa. El autor Emil Rathenau, su principal objetivo es crear una imagen sobre alguna organización. El combinado la sociología con el diseño, y creo que para mí con son dos aspectos muy importantes porque con la sociología estudia más algo personal, ya sea dentro de una organización (personal, directivo, empleados, encargados, etc.) Y fuera de una organización (servicio al cliente, comunicación no verbal, comunicación verbal, etc.)

Y en cambio con el diseño creamos un producto, o se crea un producto, una fábrica o un mensaje que queremos transmitir.

Corporate identity es para mí algo tangible, esto no se puede tocar puesto que son conductas que una organización desea comunicar.

Y son puntos fundamentales, para una buena imagen corporativa.

Y en la siguiente lectura es importante rescata una identidad corporativa y una cultura organizacional.

Está más que nada hablar sobre la adaptación, el reto de superarnos cada día más y para mi punto de vista creo que esto se puede aplicar un benchmarking, puesto que un benchmarking es para eso, analizar a mi competencia, y yo así poder mejorar mis capacidades, creo que sería una buena opción para este cambio que se habla, o el reto de irse adaptando sobre a lo que se presenta.

Para que De esta manera, la identidad corporativa se convierte en un elemento fundamental que le permitirá a las organizaciones conducirse en el mercado, saber hacia dónde dirigirse a partir del conocimiento de sus características, lo que propiciará el logro de una planificación con éxito a largo plazo

La identidad de la organización está representada por los rasgos o atributos que la caracterizan ante sus miembros, su público y el mercado, es decir, las características que la misma asume de modo consciente o inconsciente y que le sirven de elemento diferenciador para que se reconozca a sí misma y pueda expresarse con libertad hacia todo lo que la rodea.

Puntos importantes a resaltar:

1. Combinación de la sociología con el diseño.
2. Un concepto gráfico aplicado a la marca, el material gráfico, las comunicaciones; los edificios: fábricas, viviendas para empleados, arquitectura efímera; los productos, objetos industriales, electrodomésticos que la empresa fabricaba.
3. Corporate Identity.
4. Asumir los retos que significan el cambio para adaptarse a las condiciones actuales, manteniendo su competitividad.
5. Identidad corporativa, cultura organizacional.

Es poder hacer que una imagen corporativa siga posicionada, con habilidades sociológicas como de diseño, pero sobre todo estar preparado a cualquier cambio pero manteniendo mi posicionamiento ante mi público dirigido.

A mi punto de vista, es muy relevante resaltar el saber adaptarse a las manifestaciones que se nos encuentra, puesto que es poder estar al alcance de todo y de todos, y en mi parecer tener una imagen definida y reconocida es sumamente importante para un posicionamiento deseado.