

IDENTIDAD CORPORATIVA

Al desenvolver una estrategia o táctica en identidad corporativa se toma en cuenta la imagen que lo identificará. En nuestros tiempos la identidad corporativa se proyecta pensando en forma global. Así se prepara el futuro en el desarrollo del mercado.

La identidad de cada marca es la diferenciación de una empresa en relación a su índole y el foco principal en sus servicios.

¿Pero que es identidad corporativa?

La identidad corporativa es un instrumento estratégico de primer orden. Son todos los elementos que conforman la identidad y la personalidad de una empresa, compañía o marca que utilizan para distinguirse del resto. Estos elementos van desde lo más fundamental como el logo o el merchandasing hasta elementos mas complejos como formas de negociar o responder a determinadas situaciones. Es necesario que mantenga una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza por ejemplo: folletos, papelería, paginas web, etc. La identidad corporativa en pocas palabras es una carta de presentación de la empresa, hacia el público ya que de esta dependerá la imagen que nos formemos ya sea positiva o negativa.

Pero...

¿En que me beneficia tener una fuerte identidad corporativa?

La respuesta es simple en muchísimas formas, en primer lugar estaría el aumento de reconocimiento a la empresa, el ahorro de costos por estandarización, mayor confianza de los empleados y de la empresa hacia el público, etc.

Por que la identidad corporativa no es solo una imagen atractiva para los consumidores, si no que también tiene que comunicar los valores, la visión y misión que representa a la empresa, ya que esto al mismo tiempo promoverá el despegue de la misma y la proyección de fuerza y energía positiva a los clientes.

Creo que el brazo derecho dentro de la compilación de los recursos de la identidad corporativa es la imagen. Siendo puntuales es el medio primario de proyección de la empresa... ¿Qué proyecta? La respuesta es sencilla... su propia identidad.

Cuando una empresa ha decidido implementar la identidad corporativa, hay varios principios que deberá tener en cuenta:

La coherencia es indispensable para que la identidad pueda ser percible.

Debe de ser exclusiva ya que estará representando la personalidad de la empresa. Por lo tanto necesitamos que sea única y original.

La percepción también es básica ya que lo visual, como ya lo había mencionado antes, juega un papel muy importante.

Y por último pero no menos importante, la perdurabilidad a la resistencia al olvido o al desgaste.

El valor de la marca es el mejor activo de la empresa. Un ejemplo sería ¿Cuánto cuesta apple? ¿Se introduce con la misma facilidad al mercado una computadora o un software de otra marca comparado al de la famosa manzanita?

La marca se sitúa como garantía a nivel de responsabilidad pública, como firma que compromete todos los actos de la empresa, sobre todo en dos aspectos la Originalidad de sus productos y la calidad.

Puse de ejemplo la marca apple ya que representa lo que hace una buena identidad corporativa. El logo de la manzana mordida se convirtió rápidamente en moda y en logotipo de calidad, a eso le agregamos el enorme bombardeo de publicidad por medio de famosos, tenemos como resultado gente amontonada en las entradas de la tienda esperando el nuevo lanzamiento de un producto, comprando en mercado negro mercancía de preventa y por último dejando por mucho a la competencia.