

CÓMO MEJORAR LA IMAGEN DE TU EMPRESA EN 5 ETAPAS

LA IMAGEN CORPORATIVA ES LA EXPRESIÓN MÁS CONCRETA Y VISUAL DE LA IDENTIDAD DE UNA EMPRESA, ORGANISMO O INSTITUCIÓN.



CIENCIA & ESENCIA

In

Introducción

LA IMAGEN CORPORATIVA, UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DE LA ORGANIZACIÓN.

Siendo la marca el activo más valioso de las empresas más grandes del mundo, la **imagen corporativa** comprende la expresión más concreta y visual de su identidad.

Es una **herramienta estratégica** de la compañía para lograr el desafío más difícil e importante en una sociedad saturada de marcas, **“diferenciarse”**.

Los sistemas de imagen corporativa se desglosan en piezas que transmiten complementariamente los atributos diferenciales de la organización. A partir de la repetición y confirmación de mensajes, y experiencias positivas, la marca va adquiriendo un **lugar preferencial en la mente del consumidor**.

El **plan de comunicación tanto interna como externa**, se desprende de la identidad y de los objetivos de la empresa, es una traducción de todos los aspectos a través de los cuales la empresa se presenta; a un **mundo visual de comunicación**.

El diseño genera nuevos desafíos, dispara cambios culturales y requiere ser una empresa con coraje. Contratar diseño implica estar abierto a soluciones inesperadas y sobre todas las cosas, estar dispuesto a cambiar de idea.

LA IMÁGEN ES LA PRIMERA IMPRESIÓN QUE TENDRÁN TUS PRINCIPALES CLIENTES.



Pág. 04

ETAPA

01

Análisis / Diagnóstico

Pág. 05

ETAPA

02

Planificación estratégica de comunicación

Pág. 06

ETAPA

03

Diseño de imagen corporativa

Pág. 07

ETAPA

04

Producción / Implementación / Lanzamiento

Pág. 08

ETAPA

05

Evaluación

01

Análisis / Diagnóstico

En la primer etapa se desarrolla un **replanteo identitario** de la compañía.

A partir de un **análisis**, resultado de reuniones con el cliente e **investigaciones** online y offline de la empresa, se **interpretan** y **detallan** (si aún no existen) aspectos **claves** que describen la identidad de la compañía, en un informe/diagnóstico que comprende los siguientes aspectos:

- . **Filosofía**
- . **Valores**
- . **Objetivos**
- . **Ventajas diferenciales**
- . **Competencias**
- . **Productos / Servicios**
- . **Target**
- . **Entre otros**



LA IMAGEN CORPORATIVA SE DESGLOSA EN PIEZAS QUE TRASMITEN LOS ATRIBUTOS DIFERENCIALES DE LA ORGANIZACIÓN.

“ ”

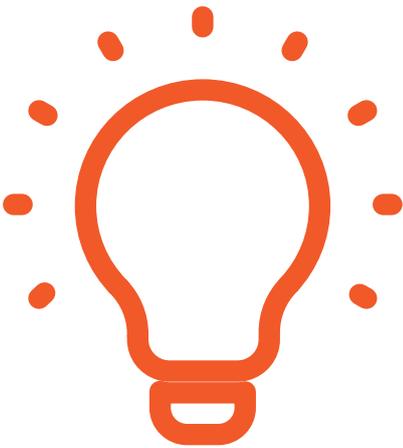
02

Planificación estratégica de comunicación

Se establecen de manera clara y precisa los **objetivos a corto y largo plazo** de la empresa y se desarrolla un plan estratégico de comunicación para alcanzar las metas propuestas.

Se genera un informe donde se fijan **fechas y procedimientos**.

Se define el **grupo de trabajos y recursos necesarios**.



UNA IDEA SE CONVIERTE EN PROYECTO DESDE EL MOMENTO EN QUE SE ESTABLECE UNA FECHA DE INICIO.



03

Diseño de imagen corporativa

Se **desarrolla** la imagen corporativa de la empresa, **resultado** de la **investigación** y de la **planificación** estratégica propuesta.

Esta etapa puede comprender los siguientes desarrollos:

- . Evaluación de marca y retoque en caso de ser necesario.
- . Naming, slogan
- . **Manual de identidad**
- . Papelería comercial e institucional
- . Newsletters
- . Folletería, brochure
- . Libros corporativos
- . Señalética (institucional y de seguridad)
- . Exhibición de productos
- . Stands (arquitectura y diseño gráfico)
- . House organ
- . Campañas
- . Sitios web, intranets
- . Presentaciones digitales
- . Gestión en redes sociales
- . Organización e imagen de eventos
- . Fotografía / Generación de banco de imágenes institucional
- . Tutoriales
- . Videos y animaciones
- . Entre otros



El **Manual de Identidad es un elemento fundamental**, instrumento que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, atribuciones, conceptos gráficos y procedimientos implementados en la propuesta de imagen corporativa, así como otros puntos que se consideren necesarios teniendo como marco de referencia la estrategia global de comunicación.

04

Producción / Implementación / Lanzamiento

Una vez corregido y aceptado el diseño se lleva a cabo la **Producción** (impresión, montaje, programación).

Según el plan estratégico se lleva a cabo la **Implementación** junto con las acciones necesarias para lograr una comunicación clara y directa hacia el mercado. (colocación, difusión, publicación).

Si el plan lo requiere se diseña un **Lanzamiento**, interno y luego externo para dar a conocer los argumentos del cambio y la nueva imagen corporativa de la empresa. Algunas de las acciones posibles de lanzamiento son: eventos, news, difusión en redes, prensa, entre otras.



UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS.



05

Evaluación

Pasado un período de tiempo previsto, se comienza con la **verificación** del **uso coherente** y **sistemático** de cada pieza y se corrige y optimiza todo lo que sea necesario. Esta evaluación de efectividad y alcance del proyecto es **evaluado en equipo con el cliente**.

El trabajo de comunicación online, ofrece herramientas de monitoreo con métricas cuantitativas propias del segmento que nos posibilitan inferir conclusiones mas precisas sobre la estrategia desarrollada.



EVALUAR EL RESULTADO DE CADA ACCIÓN ES CLAVE PARA REPLANTEAR LOS OBJETIVOS.



Pf

Preguntas frecuentes

¿CÓMO SE FIJA EL PAGO DE ESTE TIPO DE PROYECTOS?

La metodología de pago mas común para este tipo de desarrollos es con fee mensual.

¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA HACER EL DESARROLLO?

El tiempo depende de la dimensión de la empresa y del desarrollo. Puede llevar desde 3 a 12 meses aproximadamente hasta el lanzamiento, pero es un trabajo que tiene inicio y no tiene fin.

¿TIENE MI EMPRESA LA ESTRUCTURA Y EL TIEMPO PARA HACER EL DESARROLLO?

La agencia o estudio de diseño acompaña a la empresa en la estimación de tiempos y delegación de tareas para generar el contenido necesario en cada etapa. No es necesario tener una persona que se encargue exclusivamente de este trabajo, sino que debe hacerse en equipo.

¿SI TENGO LA INFORMACIÓN DESORDENADA Y SIN DEFINIR, PUEDO ABORDAR ESTE DESARROLLO?

El desarrollo de este tipo de proyectos contribuye notablemente al ordenamiento de información, material y definición de temas claves para la compañía.



Desarrollamos sistemas de identidad, entendiendo el concepto “sistema” como interrelación de piezas que se potencian entre sí para comunicar mensajes potentes y flexibles que se resignifican en un mundo de permanente cambio. Somos Julia, Alejandro, Laura, Cecilia, Nancy, Luisina, Mati y Stella, un equipo interdisciplinario que trabajamos cada día complementando experiencias y potenciando habilidades.

Mirá casos de rediseño de marcas de reconocidas empresas del mundo.



Marca | Casos de rediseño

El rediseño de una marca se lleva a cabo a partir de una estrategia, este cambio puede cumplir o superar los objetivos propuestos, pero muchas veces, puede alcanzar resultados inesperados.

[Seguir leyendo](#)