

## 10 frases que debe conocer para evitar malas acciones con su marca

Se trata de cuidar de la marca.

Autor: Fábio Bandeira de Mello, <http://www.administradores.com.br/>

10 de diciembre de 2010

Fuente: américa economía

¿Ha escuchado el término branding? Éste se encarga de gestionar las marcas, es decir, trabaja creando y gestionando una marca en el mercado. A través de esta disciplina son tomadas las decisiones para que las marcas perfeccionen su valor en el contexto de las relaciones entre las empresas de consumo y sus consumidores.

Branding, a diferencia de lo que muchos piensan, no se trata de crear logotipos, diseñar envases y vender propagandas que agraden a los involucrados. Se trata de cuidar de la marca y tomar medidas como la creación, desarrollo, administración y comunicación de las organizaciones involucradas.

Para Helio Moreira, director de New Growing Design & Branding, agencia especializada en diseño de marcas, identidad visual y estrategias de marca " la terminología es nueva, pero se viene aplicando hace mucho tiempo por grandes compañías y poco a poco empieza a convertirse en algo cotidiano en las pequeñas y medianas empresas. Por lo mismo, es importantes entender, en primer lugar, el que significa, para después ponerlo en práctica".

Moreira explica que "en los último años la evolución de las marcas ha cambiado la gestión de algunas compañías. Partiendo de la promesa de entrega, desde dentro hacia afuera, en la teoría a la práctica. Está cada vez más claro que la marca debe ser mejor gestionada y tratada como un activo estratégico y con una gestión específica. No como un simple logo de marca.

Atención con los errores

Muchas empresas invirtieron fortunas en comunicaciones sin que sus marcas pararan de debilitarse, perdieran márgenes de beneficio, participaciones de mercado y, peor aún, la confianza de sus grupos de interés. Jaime Troiano, presidente de Grupo Troiano de Branding, destaca 10 frases que se deben conocer para que las empresas no cometan errores cuando se trata de la marca:

(Fotografía: Gayle Lindgren, [www.sxc.hu](http://www.sxc.hu))

- 1- Confundir apariencia con esencia
- 2- Suponer que las marcas crean nuevas necesidades
- 3- Olvidar que el valor de las marcas es una parte importante del valor de las empresas.

Compartir

- 4- Imaginar que todos los consumidores aman las marcas.
- 5- Suponer que un nombre es suficiente para que la marca tenga éxito.
- 6- Ampliar el uso de la marca de forma indiscriminada.
- 7- Hacer caso omiso de la marca corporativa.
- 8- Cometer irregularidades en la construcción de la marca.
- 9- Ocultar verdades de la empresa bajo la marca.
- 10- Ignorar que las marcas son capaces de afrontar estas nueve lecciones.