

Branding

Fernando Ríos
@Fernandoriosd
Agosto 2014




¿Qué es una
Marca?

***“UNA MARCA ES UN
CONJUNTO DE
PROMESAS
DIFERENCIADORAS
QUE SE USAN PARA
CONECTAR A LA
ORGANIZACIÓN CON
SUS AUDIENCIAS
CLAVES”***



KEVIN LANE KELLER

A photograph of Philip Kotler, a middle-aged man with glasses, wearing a dark suit, a blue shirt, and a patterned tie. He is speaking into a lapel microphone and gesturing with his right hand. The background is a blurred outdoor setting with a clear blue sky.

“...una marca es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios”

Philip Kotler



Hotel Nisiyama Onsen Keiunkan



CERTIFICATE

**The oldest hotel is the
Nisiyama Onsen Keiunkan in
Yamanashi, Japan,
a hot-spring hotel, which has
been operating
since 705 AD**

Diferenciadoras





VERDADERAS

REÚNEN UN CONJUNTO DE VALORES ESENCIALES



EMOCIONALES

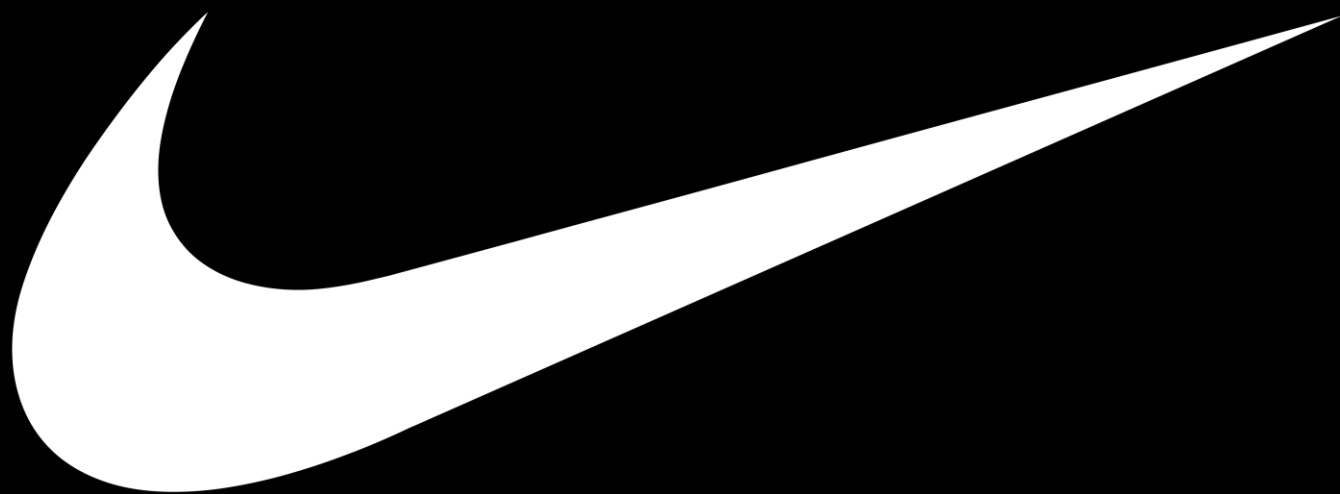


Coca-Cola

open happiness™



¿Con qué se
asocia una
Marca?



The logo for Citibank, featuring the word "citibank" in a dark blue, lowercase, sans-serif font. A red arc is positioned above the letters "i" and "t". A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word.

citibank®





- BIENES DE CONSUMO
- COMMODITIES
- ALTA TECNOLOGIA
- BIENES INDUSTRIALES
- SERVICIOS
- CANALES DISTRIBUCIÓN
- PERSONAS
- CAUSAS
- UBICACIONES GEOGRAFICAS





¿Para qué
sirven?





- Permiten generar mejores márgenes comerciales
- Disminuyen vulnerabilidad a crisis y a acciones de la competencia



Brand Equity

**Capital de
marca: efecto
diferencial
sobre la
decisión del
consumidor
que tiene el
hecho de
conocer la
marca**

THE ALL-NEW

CTS

WHEN YOU TURN YOUR
CAR ON, DOES IT
RETURN THE FAVOR?



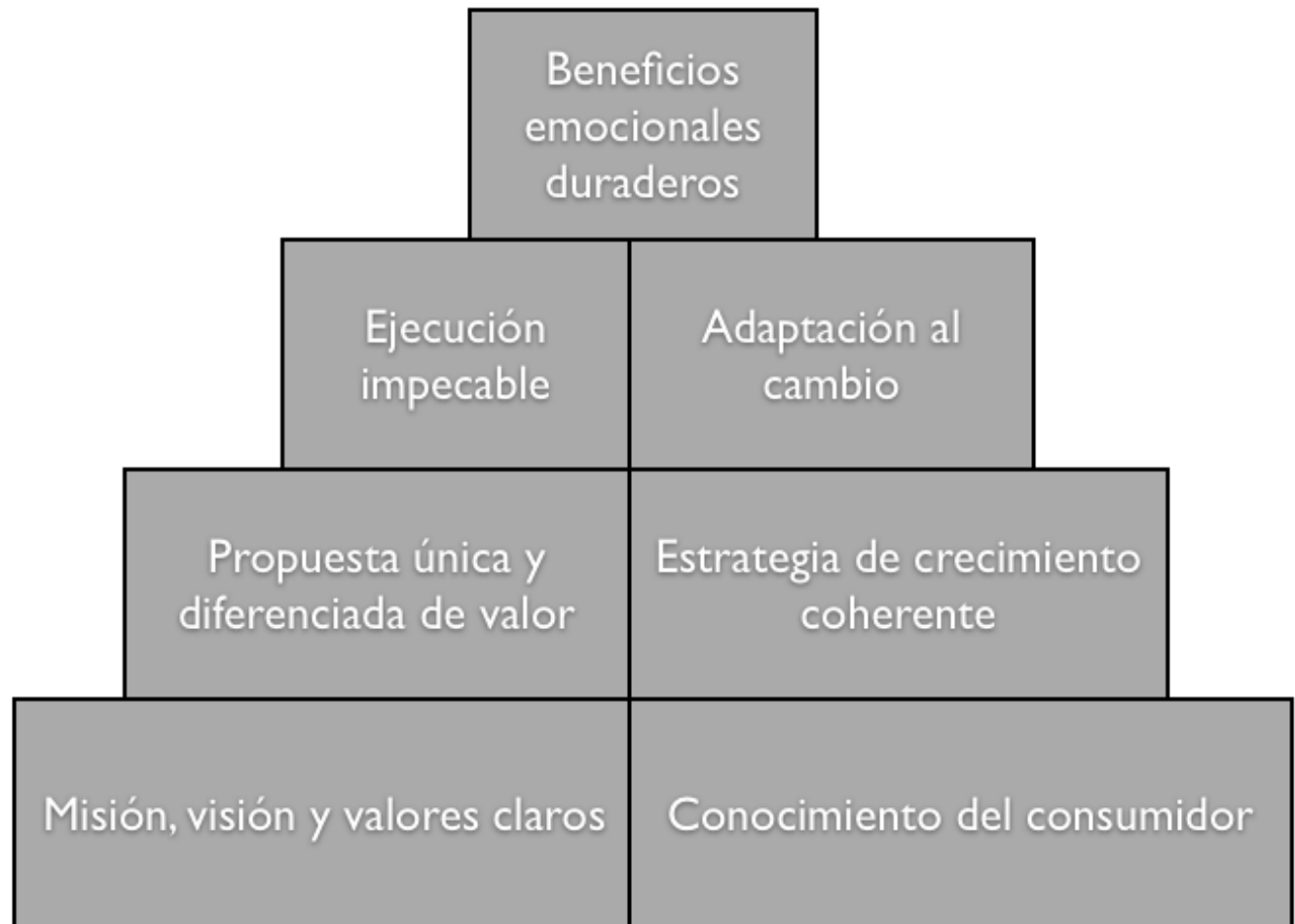
¿Cómo se crean las marcas fuertes?

Relaciones
¿qué conexión tenemos?

Respuesta
¿qué pienso o siento sobre tí?

Significado
¿qué eres tú?

Identidad
¿quién eres tú?





¿Emprendimientos?



Oui.
Oui

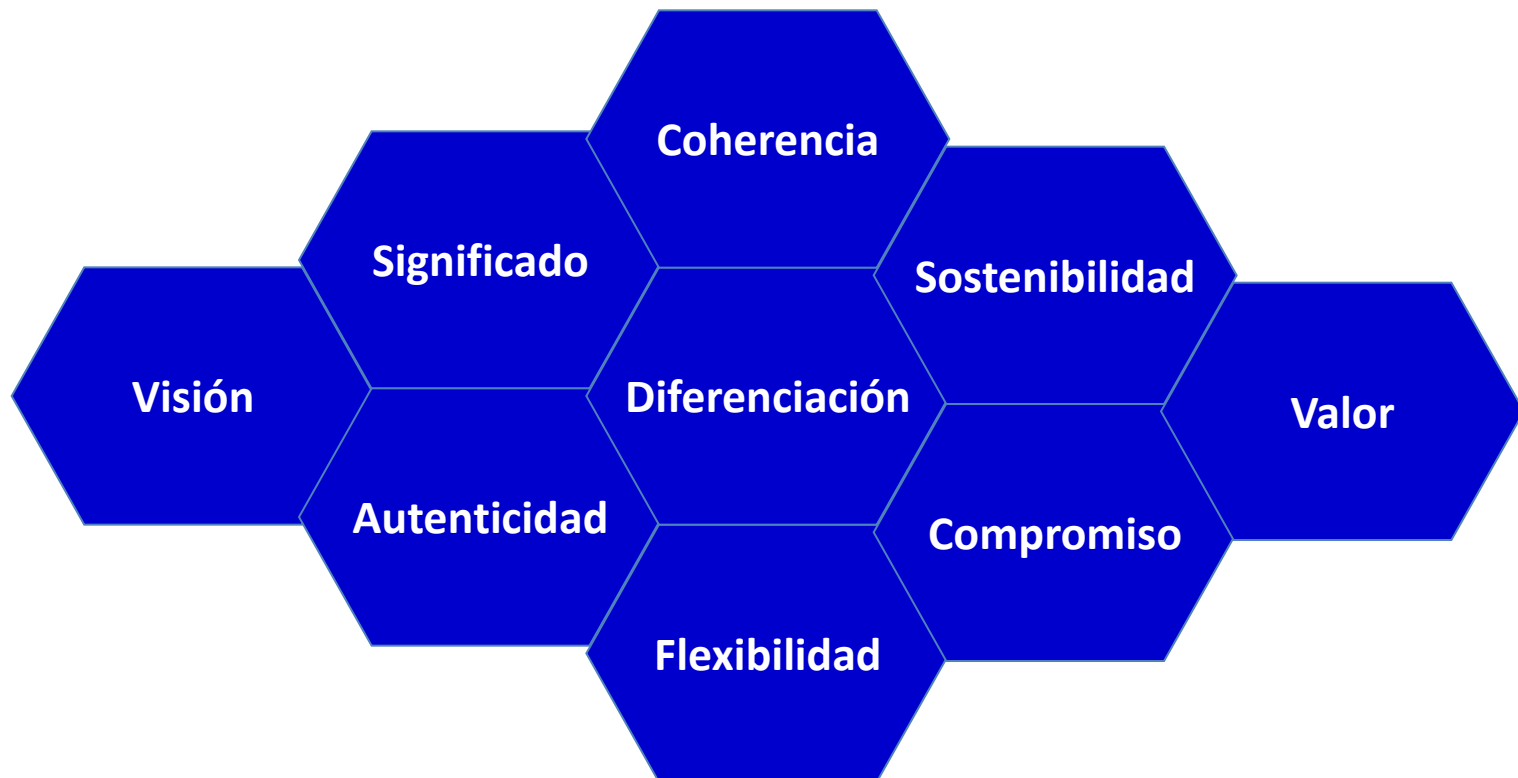




Identidad gráfica de la marca

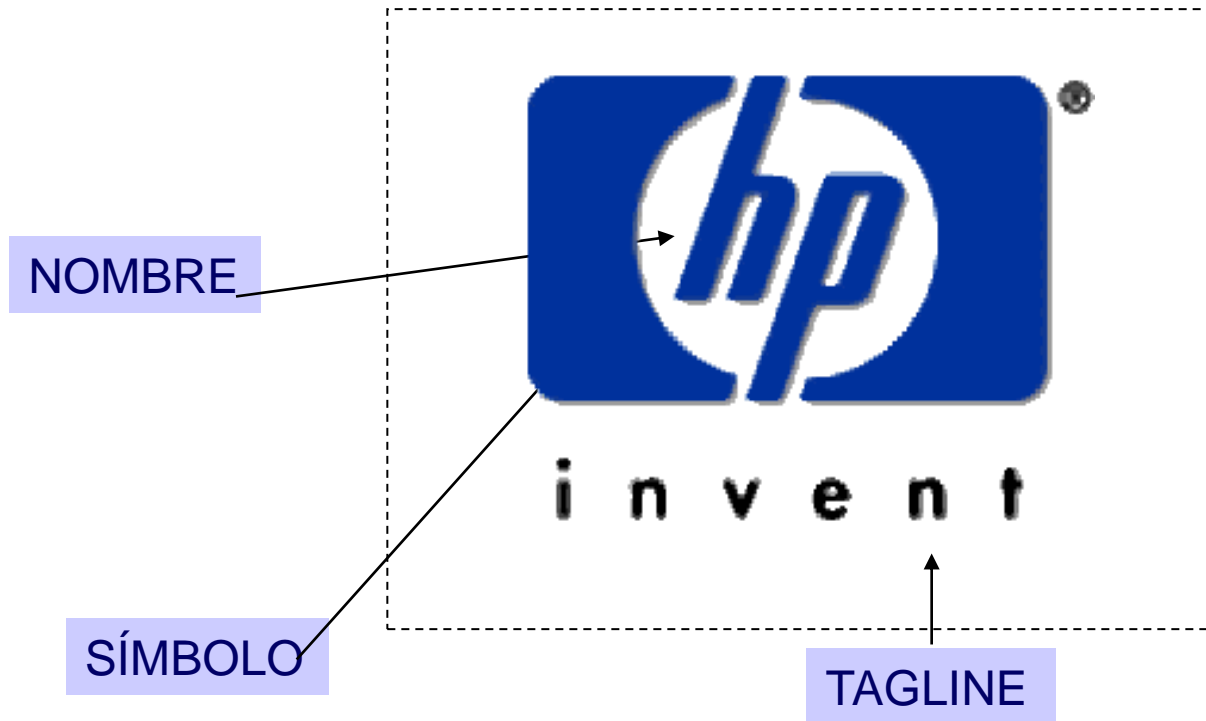


IDEALES PARA LA IDENTIDAD GRÁFICA DE LA MARCA





COMPONENTES DE LA IDENTIDAD DE MARCA





TUCARRO.COM

TUINMUEBLE.COM

TULANCHA.COM

TUMOTO.COM







payasos de hospital

**BANCO
DEL CARIBE**



BANCARIBE



**CERO
RETROCESO**

NOMBRE

**MOVIMIENTO DE INTEGRACIÓN NACIONAL
CERO RETROCESO
(MINCER)**



CLASIFICACIÓN

FUNDADOR / GENTILICIO GARCÍA TUÑÓN HILTON HEINZ MERCEDES BENZ BARBIE BUDWEISER HARLEY DAVIDSON LINUX	DESCRIPTIVOS LA LIBRERÍA DEL ATENEO LA RADIO DEL ATENEO TOYS R US FLORES Y ALGO MÁS GENERAL ELECTRIC COCA-COLA DUNKIN DUNUTS	FABRICADO XEROX SONY KODAK ZARA YAHOO GOOGLE
METÁFORAS / ALEGORÍAS QUAKER ALADDIN MINALBA SPARKLING LUCKY STRIKE STARBUCKS NIVEA	ACRÓNIMOS / MEZCLAS IESA IKEA LUBEVRAS FEDEX TWINGO LG PULEVA	COMBINACION EXCELSIOR GAMA CENTRAL MADEIRENSE

GENTILICIO/FUNDADOR



Mercedes-Benz



Hilton



DESCRIPTIVOS



La Paella
de la
Yaya



FABRICADOS

EPSON
EXCEED YOUR VISION

xerox



SONY
make.believe

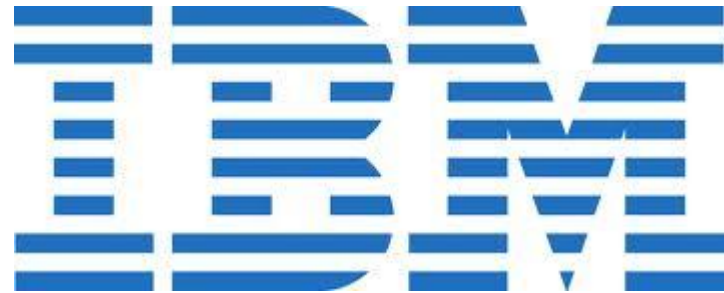
METÁFORAS / ALEGORÍAS



ACRÓNIMOS/MEZCLAS



GERENCIA Y LIDERAZGO
RESPONSABLE



COMBINACIONES





TAGLINE

LA IDEA QUE DA COHERENCIA A TODA LA COMUNICACIÓN DE LA MARCA Y A SUS ACCIONES
LLAMA A LA ACCIÓN, ES ASPIRACIONAL Y ES UN PUNTO DE REFERENCIA INTERNA





Sony Ericsson
make.believe





TAGLINE





Arquitectura de marcas



CLASIFICACIÓN DE LA JERARQUÍA DE MARCA

ARQUITECTURA	MARCA	COMPLEMENTO
MARCA CORPORATIVA/ DOMINANTE	MARCA	DESCRIPTORES MODIFICADORES
MARCA COMPARTIDA	MARCA Y OTRAMARCA MARCA Y <i>SUBMARCA</i> <i>SUBMARCA</i> BY MARCA (patrocinada)	DESCRIPTORES MODIFICADORES
MARCA INDEPENDIENTE	MARCA A MARCA B MARCA C	PRODUCTO LÍNEA FAMILIA RANGE UMBRELLA DESCRIPTORES MODIFICADORES

CLASIFICACIÓN DE LA JERARQUÍA DE MARCA

MARCA
CORPORATIVA/
DOMINANTE

MARCA

DESCRIPTORES
MODIFICADORES

MARCA
COMPARTIDA

MARCA Y OTRAMARCA

MARCA Y *SUBMARCA*

SUBMARCA BY MARCA (patrocinada)

DESCRIPTORES
MODIFICADORES

MARCA
INDEPENDIENTE

MARCA A

MARCA B

MARCA C

PRODUCTO
LÍNEA
FAMILIA
RANGE
UMBRELLA

DESCRIPTORES
MODIFICADORES



MARCA DOMINANTE/DOMINANTE

EMPRESA
MADRE



DIVISIONES



PRODUCTOS
Y SERVICIOS

BTB
EXPRESS

CONSULTORIA LOGISTICAS

COMERCIO INTERNACIONAL

CONSUMIDOR

EMPLEADOS
Y
PROVEEDORES





MARCA DOMINANTE

- SE USA EN TODAS LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO
- SE USA EN TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO
- LAS MARCAS AL CONSUMIDOR ESTÁN SIEMPRE VINCULADAS



CORPORATIVO - DOMINANTE

EMPRESA MADRE



EMPLEADOS Y PROVEEDORES



CONSUMIDOR

DIVISIONES

SERVICIOS DE IT

SOFTWARE

ALMACENAMIENTO

IMPRESIÓN

WORK STATIONS

Tívoli
Lotus



Descriptor

Descriptor

Descriptor

Descriptor

PRODUCTOS/
MARCAS



MARCA CORPORATIVA - DOMINANTE

EMPLEADOS
Y PROVEEDORES

EMPRESA
MADRE



DIVISIONES

PERSONAS

EMPRESAS

CORPORATIVO

AHORRO/INVERSION	AHORRO MERCANTIL, AHORRO PLUS MERCANTIL, AHORRO LIDER MERCANTIL, MIA, PLAZO FIJO, CORRETAJE DE INVERSIÓN, PMI, PLAN CRECER MERCANTIL
MOVILIDAD	CORRIENTE MERCANTIL, MAXIMA MERCANTIL, NOMINA, MULTIPLE MERCANTIL
FIDEICOMISO	GARANTIAS, VIDA O ACCIDENTE, HOSPITALIZACIÓN, TESTAMENTARIO, INVERSIÓN, RETIRO/PENSIÓN, EDUCATIVO MERCANTIL
PENSIONES	
AHORRO VIVIENDA	
CRÉDITOS	AUTOMOTRIZ, HIPOTECARIO
TARJETAS	VISA, MASTERCARD, DINERS CLUB, CREDIPLAN MERCANTIL, CREDIFACIL MERCANTIL, PRESTAME, E-CARD
BANCA ELECTRÓNICA	LLAVE MERCANTIL, MERCANTIL EN LINEA, CAM, CAJEROS AUTOMÁTICOS, PUNTOS DE VENTAS
SERVICIOS INTERN.	CHEQUES DE GERENCIA, COMPRA Y VENTA, TRANSFERENCIAS
SEGUROS	
BOLOS MERCANTIL	

PAGOS Y COBRANZA	PAGO PROVEEDORES, TRIBUTOS ADUANALES, MATRÍCULA, DOMICILIACIÓN DE PAGOS, DEPOFÁCIL, CHEQUES DEVUELTOS
BANCA ELECTRÓNICA	MERCANTIL EN LINEA, COMERCIO-E, TRANFÁCIL, INVERFÁCIL
MOVILIDAD	CORRIENTE MERCANTIL, MAXIMA MERCANTIL
AHORRO/INVERSIÓN	AHORRO MERCANTIL, AHORRO PLUS MERCANTIL, PMI
CRÉDITO	PRONTO CREDITO EMPRESARIAL, PAGARE, CAPITAL DE TRABAJO, GIROS, VEHÍCULOS, PLAN MAYOR, PROY TERÍSTICOS, AGROPECUARIOS, MICROEMPRESARIOS, CONSTRUCCIÓN, ARRENDAMIENTO FINANCIEROS,
TARJETA CREDITO EMPESARIAL	
COMERCIO EXTERIOR	ÓRDENES DE PAGO, REMESAS, FORFAITING, FACTORING, CARTAS DE CRÉDITO
PRODUCTOS LABORALES	NÓMINAS, AHORRO HABITACIONAL, CAJAS DE AHORROS, PRESTACIONES SOCIALES
FIDEICOMISO	MERCANTIL DE EMPRESAS, ADMINISTRACIÓN, INVERSIÓN, GARANTÍA, RETIRO, PREST SOCIALES, CAJAS DE AHORRO
SEGUROS	
INMOBILIARIOS	

PAGOS Y COBRANZA	PAGO PROVEEDORES, TRIBUTOS ADUANALES, DOMICILIACIÓN DE PAGOS, BOTÓN DE PAGOS, DEPOFÁCIL, RECOLECCIÓN DE DEPÓSITOS, CHEQUES DEVUELTOS, CONFORMACIÓN CORPORATIVA
BANCA ELECTRÓNICA	MERCANTIL EN LINEA, COMERCIO-E, TRANFÁCIL, INVERFÁCIL
TESORERÍA	
FINANCIAMIENTO	LÍNEA DE CRÉDITO, PAGARÉ, GIROS, ARRENDAMIENTO FINANCIEROS, FONCREI
FINANZAS CORPORATIVAS	
COMERCIO EXTERIOR	ÓRDENES DE PAGO, REMESAS, FORFAITING, FACTORING, CARTAS DE CRÉDITO
PRODUCTOS LABORALES	NÓMINAS, POLÍTICA HABITACIONAL, CAJAS DE AHORROS, PRESTACIONES SOCIALES
FIDEICOMISO	ADMINISTRACION, INVERSION, GARANTIA, RETIRO

PRODUCTOS
Y SERVICIOS

CONSUMIDOR



CLASIFICACIÓN DE LAS ARQUITECTURAS DE MARCA

MARCA
CORPORATIVA/
DOMINANTE

MARCA

DESCRIPTORES
MODIFICADORES

MARCA
COMPARTIDA

MARCA Y OTRAMARCA

MARCA Y *SUBMARCA*

SUBMARCA BY MARCA (patrocinada)

DESCRIPTORES
MODIFICADORES

MARCA
INDEPENDIENTE

MARCA A

MARCA B

MARCA C

PRODUCTO
LÍNEA
FAMILIA
RANGE
UMBRELLA

DESCRIPTORES
MODIFICADORES



MARCA-Y-OTRA MARCA



EMPRESA MADRE

EMPLEADOS Y PROVEDORES

DIVISIONES



PERSONAS



INMUEBLES

PRODUCTOS Y SERVICIOS

CTAS CORRIENTES
TARJETAS CRÉDITO

PRÉSTAMOS
HIPOTECARIOS

CONSUMIDOR





Ejemplos



Sony Ericsson





MARCA-Y-OTRAMARCA

- ❑ AMBAS SE USAN EN TODAS LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO
- ❑ IDEM EN TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO
- ❑ SUELE OCURRIR LUEGO DE COMPRAS, FUSIONES
- ❑ ES UNA SOLUCIÓN DE TRANSICIÓN, PUEDE SER TEMPORAL
- ❑ ES LARGA, PESADA, PUEDE CONFUNDIR AL MERCADO



CLASIFICACIÓN DE LAS ARQUITECTURAS DE MARCA

ARQUITECTURA	MARCA	COMPLEMENTO
MARCA CORPORATIVA/ DOMINANTE	MARCA	DESCRIPTORES MODIFICADORES
MARCA Y OTRAMARCA		
MARCA COMPARTIDA	MARCA Y <i>SUBMARCA</i> <i>SUBMARCA</i> BY MARCA (patrocinada)	DESCRIPTORES MODIFICADORES
MARCA INDEPENDIENTE	MARCA A MARCA B MARCA C	PRODUCTO LÍNEA FAMILIA RANGE UMBRELLA DESCRIPTORES MODIFICADORES



MARCA Y submarca



EMPRESA MADRE

DIVISIONES

PASAJEROS

4X4 Y 4X2

COMERCIALES

EMPLEADOS Y PROVEEDORES

YARIS

ESTÁNDAR
SPORT

4RUNNER

LTED
4X2

COASTER

COROLLA

LAND CRUISER

DYNA

PRODUCTOS Y SERVICIOS

CAMRY

HYLUX

4X4
4X2

PREVIA

TERIOS

MERU

CONSUMIDOR

PRÉSTAMOS
HIPOTECARIOS



CLASIFICACIÓN DE LAS ARQUITECTURAS DE MARCA

ARQUITECTURA	MARCA	COMPLEMENTO
MARCA CORPORATIVA/ DOMINANTE	MARCA	DESCRIPTORES MODIFICADORES
MARCA COMPARTIDA	MARCA Y OTRAMARCA MARCA Y <i>SUBMARCA</i> <i>SUBMARCA BY MARCA</i> (patrocinada)	DESCRIPTORES MODIFICADORES
MARCA INDEPENDIENTE	MARCA A MARCA B MARCA C	PRODUCTO LÍNEA FAMILIA RANGE UMBRELLA DESCRIPTORES MODIFICADORES



MARCA PATROCINANTE

EMPRESA MADRE



DIVISIONES



PRODUCTOS Y SERVICIOS

CTAS CORRIENTES
TARJETAS CRÉDITO

SEGUROS DE PROPIEDAD
PRÉSTAMOS

BANCA DE INVERSIÓN

EMPLEADOS Y PROVEDORES

CONSUMIDOR





MARCA PATROCINANTE





MARCA PATROCINANTE

- SIEMPRE SE MUESTRA LA SUBORDINACIÓN A LA MARCA CORPORATIVA
- LAS MARCAS DE CONSUMO GENERAN POSICIONAMIENTOS FUERTES
- LA MARCA CORPORATIVA GENERA O TIENE MUCHA CREDIBILIDAD Y TRANSMITE ESOS VALORES A LAS OTRAS MARCAS



CLASIFICACIÓN DE LAS ARQUITECTURAS DE MARCA

MARCA
CORPORATIVA/
DOMINANTE

MARCA

DESCRIPTORES
MODIFICADORES

MARCA
COMPARTIDA

MARCA Y OTRAMARCA

MARCA Y *SUBMARCA*

SUBMARCA BY MARCA (patrocinada)

DESCRIPTORES
MODIFICADORES

MARCA
INDEPENDIENTE

MARCA A

MARCA B

MARCA C

PRODUCTO
LÍNEA
FAMILIA
RANGE
UMBRELLA

DESCRIPTORES
MODIFICADORES



MARCA INDEPENDIENTE

EMPRESA MADRE



EMPLEADOS Y PROVEDORES

DIVISIONES

CUIDADO DEL CABELLO

LIMPIEZA

ABSORBENTES

PRODUCTOS Y SERVICIOS



CONSUMIDOR



MARCA INDEPENDIENTE

- NO HAY CONEXIÓN ENTRE LAS MARCAS
- PUEDEN TENER POSICIONAMIENTOS, ÚNICOS, PODEROSOS
- LAS MARCAS PUEDEN COMPETIR ENTRE ELLAS
- ES COSTOSO DE MANTENER



EMPLEADOS
Y PROVEEDORES

CONSUMIDOR

MARCAS



	PLUMROSE	PLUMROSE Deli	Oscar Mayer	LOUIS RICH	Fiesta	DON DIEGO
JAMONES	J pierna J espalda		J pierna J ahumado	J pierna J espalda		J pierna J espalda
FIAMBRES	Espalda Mortadela extra Bologna	Pastrami de res Roast beef	Mortadela Bolognas		Fiambre Bologna	Fiambre
AVES	Pechuga de pavo Pechuga de pollo Mortadela de pollo Bologna de pollo	Pechuga ahumada		Pechuga de pavo Pechuga ahumada pavo	Pechuga de pollo	
PIEZAS	Tocineta ahumada Chuleta ahumada Manteca de cerdo Tocineta rebanada		Tocineta rebanada Pasta de hígado Delicia de jamón y queso			
SALCHICHAS	Wiener Wiener de pollo Coctail	Frankfurt Pollo y pavo Polaca Debrecziner alemana	Coctel Chorifritos Salchiqueso Light Frankfurt/res Wieners Pollo	Pavo	Viena Pollo	
ENLATADOS	Jamón endiablado Carne de almuerzo Idem pollo Albondigas en salsa Salchichas coctel		Jamón endiablado		Jamón endiablado	



EMPRESA MADRE

Johnson & Johnson®
de Argentina S.A.C e Ind

DIVISIONES

CUIDADO DE LA PIEL

Neutrogena®

Jabón barra
cremas

Clean & Clear

Jabón en barra

Johnson's
body
milk

Crema
Jabón líquido

SUNDOWN®

Protector solar
Aceite

CUIDADO DE BEBE

Johnson's
baby

Jabón barra
Shampoo
Enjuague
Jabón líquido
Aceite
Toallas húmedas
Talco
Crema
colonia



CUIDADO FEMENINO

Stayfree

Toallas sanitarias

Carefree®

Toallas sanitarias
- protección diaria

ob.

Tampones

K-Y®

gel LUBRIFICANTE
LUBRICANTE

CUIDADO ORAL

REACH

Hilo dental
Cepillo dientes
Enjuague

CUIDADO HERIDAS

BAND-AID®

Curitas

EMPLEADOS Y PROVEEDORES

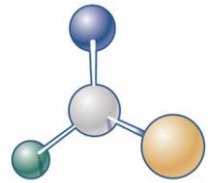
CONSUMIDOR





ARQUITECTURA DE MARCA.- Principios

- **SIMPLICIDAD:** Mientras menos niveles mejor
- **RELEVANCIA:** Asociaciones que sean validas en la mayor cantidad de niveles
- **DIFERENCIACIÓN:** Distinga las marcas que se encuentran al mismo nivel.
- **PROMINENCIA:** Los elementos de la identidad gráfica más destacados deben comunicar del posicionamiento.
- **ELEMENTOS COMUNES:** Mientras más elementos comunes comparten los productos, más fuerte será la relación entre ellos



Branding

Fernando Ríos
@Fernandoriosd
Agosto 2014