



Marca y Comunicación para **EMPRENDEDORES**

Ignacio López de Zamora [@ignacioldz](https://www.instagram.com/ignacioldz)

El emprendedor debe tener
en cuenta que
esto ha CAMBIADO

Cuánto hemos
cambiado
nosotros

Cuánto ha
cambiado la
comunicación
empresarial

Cuánto ha
cambiado la
digitalización

¿por dónde empiezo?

10
PRODUCTO

+

MODELO DE NEGOCIO

+

PERSONAS



Hablemos de
la marca

MARCA \neq LOGO

OLINS habla de que **la idea central de marca** se materializa a través de 4 vectores:

COMUNICACIÓN
PRODUCTO
ENTORNO
COMPORTAMIENTO



EL POAIG

El Verd del Poaig

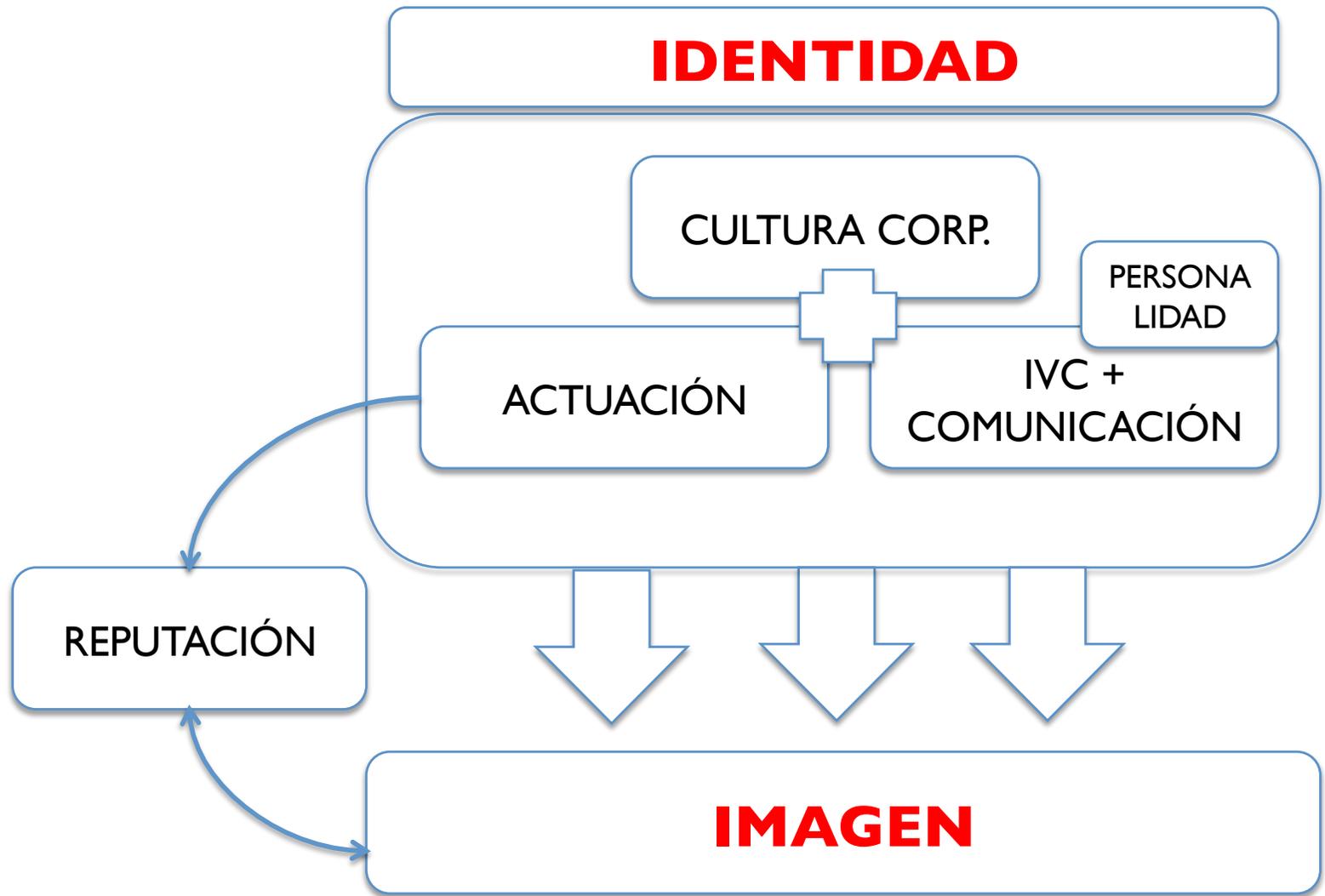
Oportunidad: Generar un packaging Premium para comercializar aceite de olivo milenario, destinado a un público más joven.

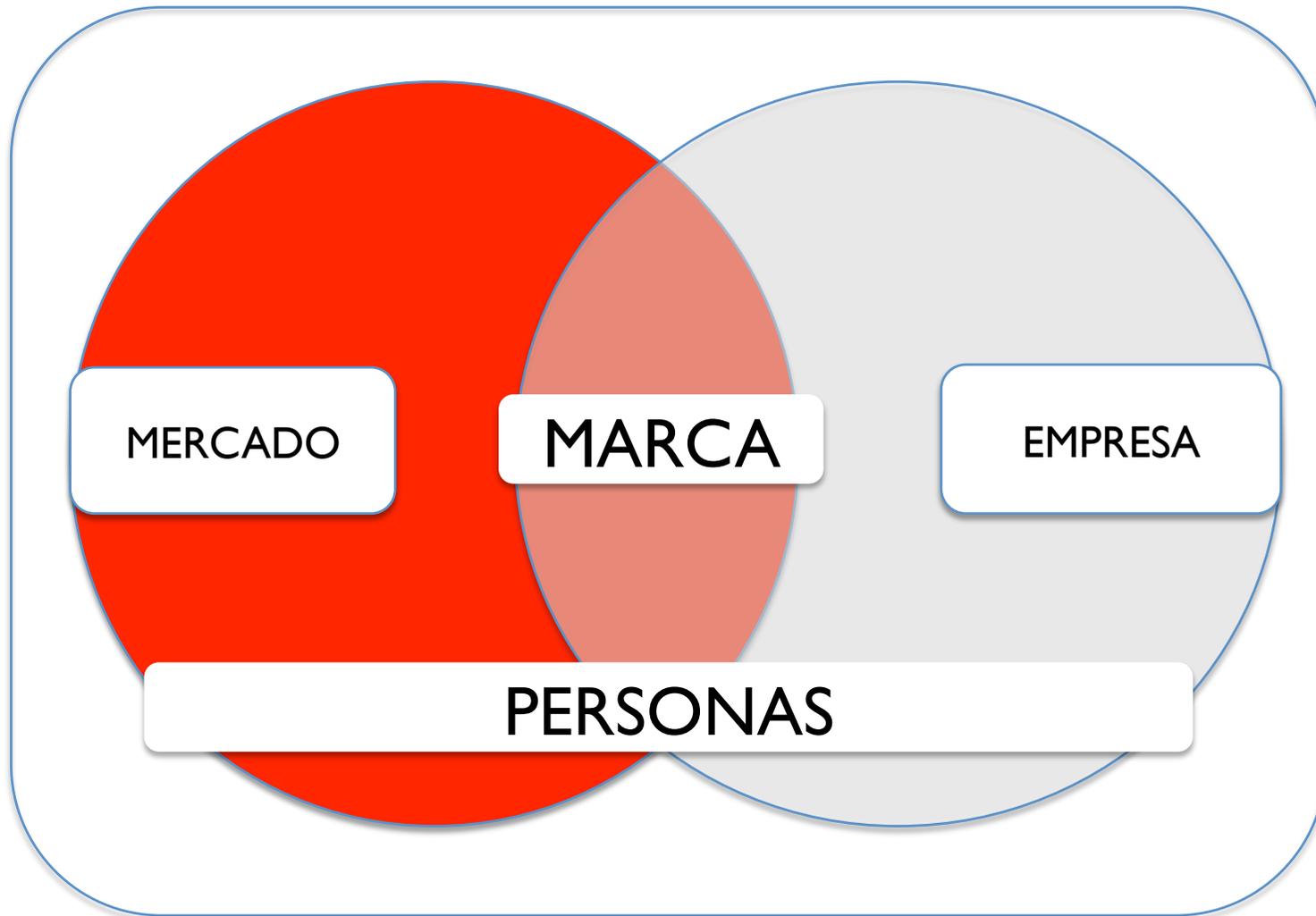
Solución: La misma botella en porcelana blanca adquiere un formato más pequeño y el embalaje, formado por laminas de cartón, tiene un carácter más ecológico.

BRANDING \neq **MARKETING**
Brand=marca



IDENTIDAD
≠
IMAGEN





MERCADO

MARCA

EMPRESA

PERSONAS

Veamos algún ejemplo

Bienvenido al cuestionario de valores y cultura IKEA.

Buscamos colaboradores únicos, dedicados y con mucho entusiasmo que quieran unirse a nuestro equipo. Pero al igual que no todos los sofás IKEA son los adecuados para todos los clientes, IKEA tampoco es el lugar de trabajo adecuado para todos los candidatos. Nuestro cuestionario de valores y cultura IKEA te dará una idea de hasta qué punto puedes sentirte cómodo en la cultura de IKEA. Responde con honestidad y si resulta que encajamos, echa un vistazo a lo que podemos ofrecer a nuestros colaboradores.



Steve and Woz assemble
Apple I Computer
1976



Apple launches Apple III
1980



Apple launches Macintosh Portable
1989



First **iPod** is introduced to the world
Apple opens retail stores
2001



Steve Jobs introduces **Macbook Air** and App Store
along with **iPhone 3G**
2008



Original Apple II
Prototype Apple II
shown in WCC Faire
1977



Macintosh is launched at
Apple's annual shareholder meeting
1984



Apple introduces **iMac**
1998



Apple introduces **iPhone**
2007



Apple launches **iPad**
2010

HOME

DESCUBRE VALENTINA...

UBICACIÓN

TOUR VIRTUAL

GALERÍA FOTOGRÁFICA

HABITACIONES

SERVICIOS

RESERVAS ONLINE

SEXY PRICES & PLANS

CONTACTO

VALENTINA RECOMIENDA...



DESAYUNO BUFFET
HASTA LAS 12:00



BIENVENIDO A ROOM MATE VALENTINA

¡Qué bueno que ya estéis aquí! He aprovechado un pequeño descanso para irme de acampada, pero mañana mismo estoy con vosotros. Pedid vuestras llaves a mis compañeros que os están esperando. Vais a alucinar con las habitaciones que os hemos preparado. Dejad vuestras cosas, poneros zapato cómodo, gafas de sol y a pasear por mi querida Zona Rosa. Encontrareis plazas, jardines, galerías de arte, tiendas, restaurantes, todo muy cosmopolita pero con ese picante mexicano que os hará repetir, y repetir...

Valentina

[Descargar ficha](#)



¡Ganador del premio Travellers' Choice™
2012!

LLAMA Y RESERVA

900 818 320

LLAMADA GRATUITA **24/7**

[ver todos los números](#)

Ciudad

MÉXICO D.F.

Hotel

valentina

Fecha Entrada

23 05 12

dd

mm

yy

Noches

01

Adultos

1

Niños

0

VER DISPONIBILIDAD

SUSCRÍBETE A NUESTRAS
OFERTAS ESPECIALES
Y ENTRA EN EL SORTEO DE

1 FIN DE
SEMANA
CADA MES

SEXY
& PRICES
& PLANS

A large, yellow and blue rocket engine is the central focus of the image. The engine is mounted on a blue wall and features a large blue 'C' logo on its side. The top of the engine is open, revealing a complex internal structure with several large, cylindrical components. In the foreground, a group of people, some wearing red jackets, are gathered on a grassy area, looking up at the engine. The background shows a blue wall with a window and a yellow sky.

Reputación

CALIDAD TOTAL

Desde 1993, **Mercadona** se inició en la filosofía de **Calidad Total**. Esta decisión ha llevado a la compañía a realinear sus objetivos instaurando el siguiente orden: Cliente, que internamente es conocido con el apelativo de "El Jefe", Trabajador, Proveedor, Sociedad y Capital.



Recreación de secciones de Tienda "por ambientes"

En grandes líneas esta filosofía tiene los siguientes efectos:

Comercial: La estrategia comercial desarrollada por la empresa desde 1993 se denomina **SPB** (Siempre Precios Bajos). Además, se está trabajando sobre el aseguramiento de la calidad intrínseca de los productos impulsando la estrategia del Principio de Vida.

Recursos humanos: El modelo de **Calidad Total** nos ha llevado a considerar al trabajador como segundo objetivo de la empresa. Ejemplo de ello es que el 100% de las más de 70.000 personas que componen la organización son fijos. También es de destacar el pago del 100% del sueldo en caso de incapacidad laboral, disfrutar de unos sueldos mínimos que superan la media del sector, así como la formación en **Calidad Total** a las más de 70.000 personas y una inversión en formación de 450 euros de media en 2011 por trabajador, entre otras.

Importancia de la imagen del emprendedor



Representa a la
empresa cuando a
veces ni siquiera hay
empresa ante

Clientes

Empleados

Capital

Administración

Search

Home

Business

Investing

Technology

Entrepreneurs

Op/Ed

Leadership

Richard Branson, The Brand

Read the full story Tara Weiss

 E-mail  Create Alerts



Speed  



© Getty Images

Richard Branson and his empire, Virgin Group, are inextricably linked. Few entrepreneurs can claim to be so inextricably linked to their brands. Here's a chronological accounting of Branson's and Virgin's major accomplishments.

Posicionar una marca

CONTEXTO

+

CONCEPTO

NUEVO
CONTEXTO



TRIALSIN
EXCEPCIONAL



www.biketrial-spain.com

MONTESITA T-12 y T-15
FORJAH CAMPEONES • FORGE OF CHAMPIONS
GANADORAS "1 COPA DE EUROPA DE TRIALSIN"
EUROPEAN CUP WINNER OF TRIALSIN

The advertisement features a central image of a trials rider in a red, white, and blue uniform performing a wheelie on a red bicycle. The rider is positioned on a light-colored surface with several grey rocks. The background is a plain, light-colored wall. The text is arranged in a clean, professional layout, with the brand name and model numbers prominently displayed at the top and bottom.

NUEVO
CONTEXTO

BEBIDA ENERGÉTICA

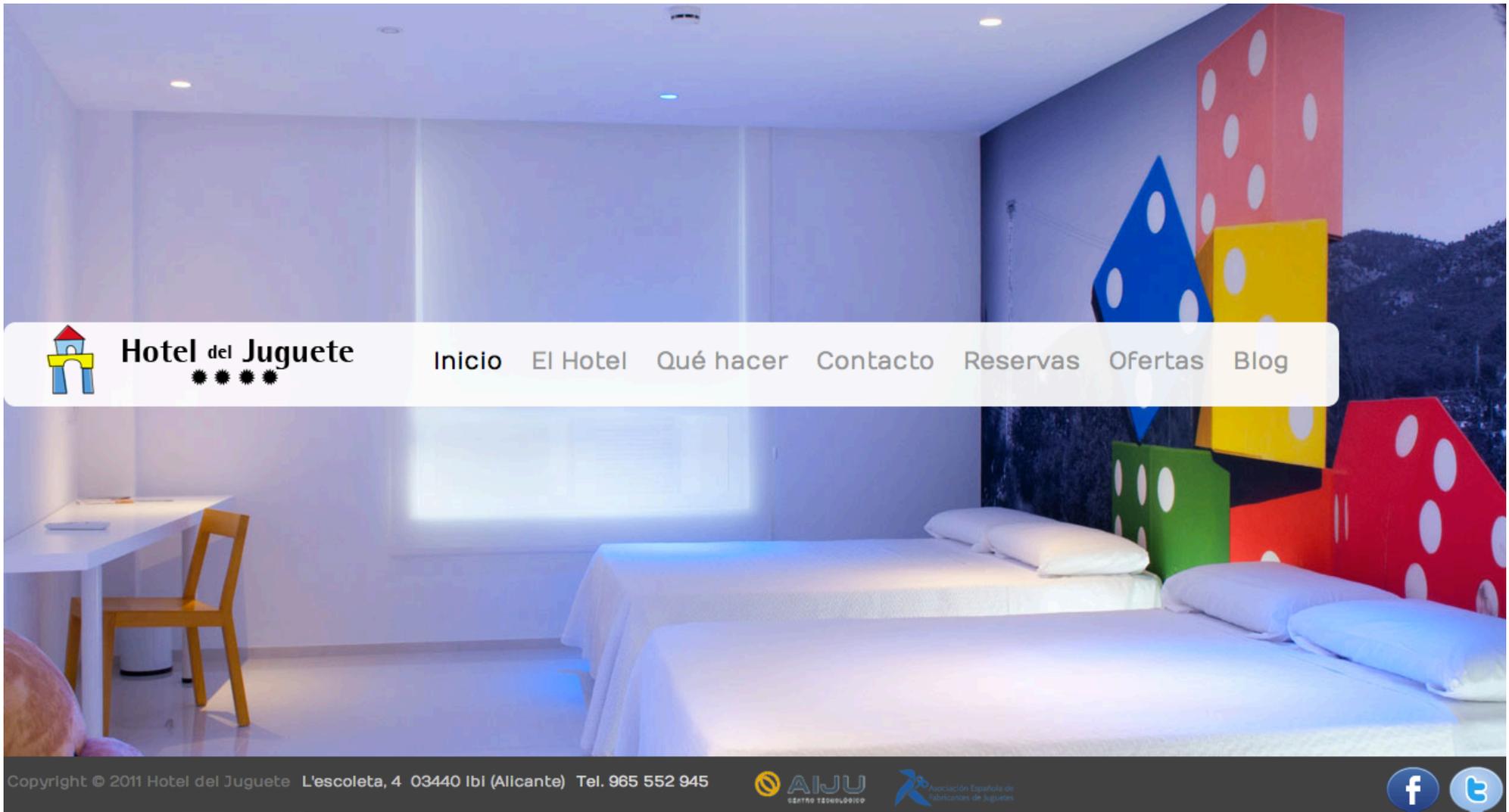




Hablemos de la comunicación

La no comunicación
no existe.

Aun hablando de comunicación comercial ¿tienes claro a quién has de dirigirte?





Otra duda...

PRODUCTO?
CORPORATIVA?

¿Realmente hay que elegir?

SIBARITUS

[Novedades](#) [Experiencias](#) [Productos](#) [MysteryBox](#)

0

[Ver pedido](#)



Mystery Box

Seleccionamos para ti

Suscríbete a tu Mystery Box y recibe cada mes productos en exclusiva y de calidad.

[Suscríbete](#)

Ordenado por: [Precio](#) ▾ [Tiempo](#) ▾

[🏠](#) *Lo que compres hoy, te llegará a casa gratuitamente el 30 de Mayo*

Soy un emprendedor, sé de mi negocio
pero no sé que pedir en comunicación.

Debemos de exigir

1.- Un **eje de comunicación** sea percibido,
claro y potente. **¿Qué?**

2.- Una **estrategia creativa** sea
sorprendente y eficaz. **¿Cómo?**

3.- Un **plan de acciones** y medios para llegar
con eficacia al target. **¿Dónde?**

Avis is only No.2 in rent a cars. So why go with us?



We try harder.
(When you're not the biggest,
you have to.)

We just can't afford dirty ash-
trays. Or half-empty gas tanks. Or
worn wipers. Or unwashed cars.
Or low tires. Or anything less than

seat-adjusters that adjust. Heaters that heat. Defrost-
ers that defrost.

Obviously, the thing we try hardest for is just to be
nice. To start you out right with a new car, like a lively,
super-torque Ford, and a pleasant smile. To know, say,
where you get a good pastrami sandwich in Duluth.

Why?

Because we can't afford to take you for granted.

Go with us next time.

The line at our counter is shorter.



inicio

for you for them

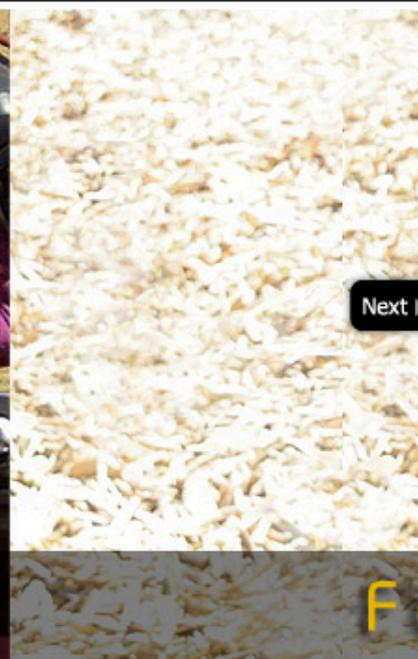
tienda online

ellos y sus crownis

tú y tus crownis

ONG colaboradoras

blog




Novedades

Fotografías de la entrega
de zapatos
Gracias!
[Más información](#)



CROWNIS CLASSIC

ENVÍO GRATUITO
DEVOLUCIÓN GRATUITA

CROWNIS CHILDREN*

ENVÍO PAÍS DESTINO INCLUIDO



¿Cómo?

AIDA está vivo.

Barreras atención

La creatividad no es un fin

Atención vs interrupción



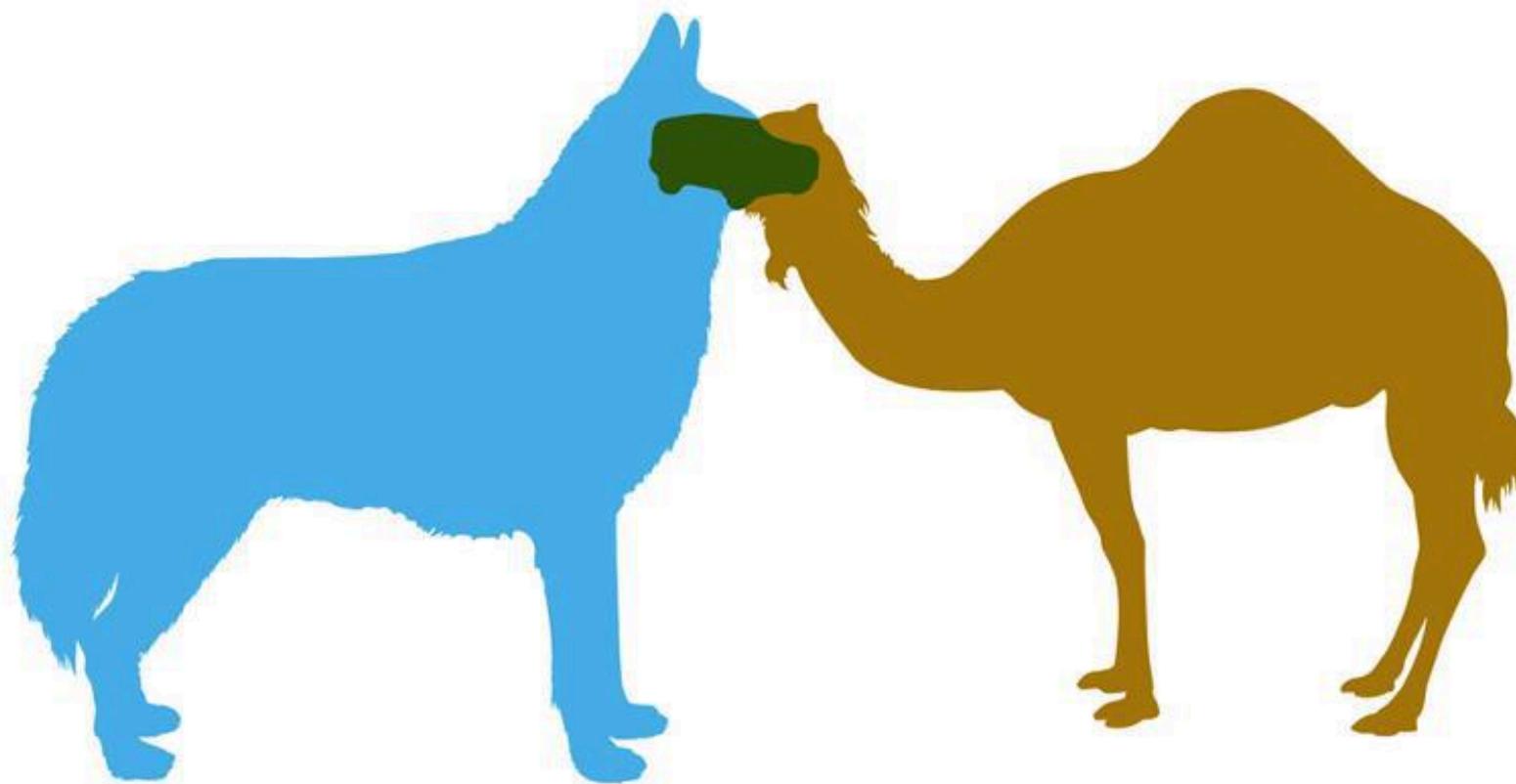
THE LEZAMA WAY

-II-
THE
YOUTH ACADEMY
CHOOSES THEM

THERE'S A CLUB IN
THE WORLD WHERE
PLAYERS AREN'T BOUGHT.
THEY ARE MADE.
EACH YEAR, 250 BOYS TRY
TO REACH SAN MAME'S
ONLY 11 WILL BECOME
ATHLETIC LEONS.
IT'S NO MYTH. IT'S LEZAMA.



Jeep



**VIRGIN ACTIVE
VILLAGGIO FITNESS
ROMA EUR**



**Sblocca
il tuo fisico!**

www.virginactive.it
numero verde 800 914555





puromarketing.com

**L'ECLAT
DU
CADRE** 18 rue du Maréchal Koenig
60200 COMPIÈGNE
03 44 30 36 54
www.encadrement-dart.fr

¿Dónde?

Nuestros medios

En medios que **pagamos**

En medios que **hablan** de nosotros.



Print, Television, Radio, Magazines, Cinema, Outdoor, Banners, Direct mail, SEM/Paid Search, in-store media



Strangers



Brochure, retail stores, company website, Microsite, community, Facebook Fanpage, Mobile apps etc.



Customers



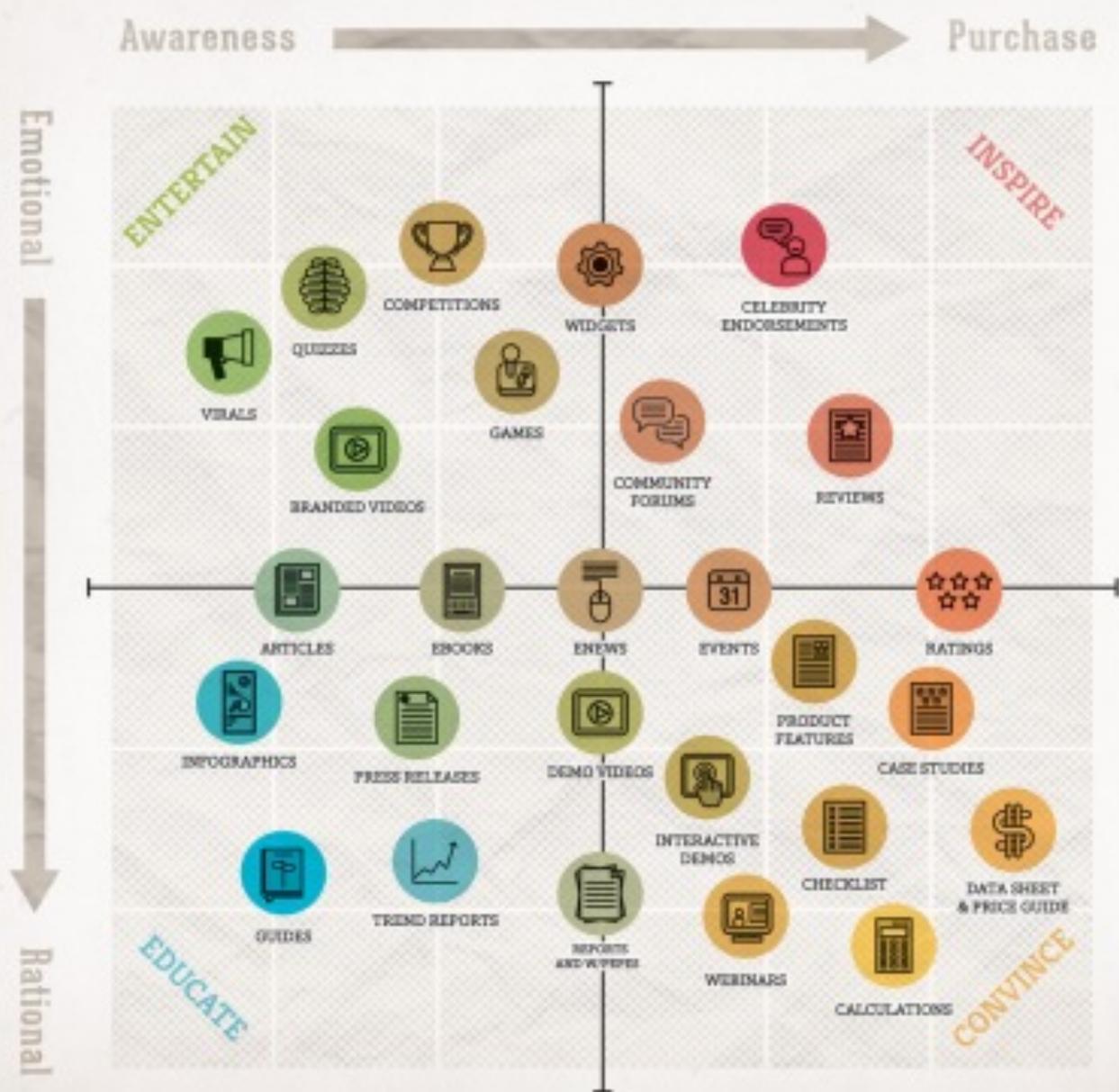
Word of mouth, Facebook, Twitter, Digg, Youtube, Flickr, blogs, forums



Fans



The Content Marketing Matrix



What are your marketing goals for content?

To help review your content marketing options for your B2C, B2B or not-for-profit organisation, and map content formats against customer purchase intent and decision style.

Use the four quadrants Entertain, Inspire, Educate and Convince as a starting point to spark your own ideas.

Let us know what you think @smartinsights and www.smartinsights.com

BROUGHT TO YOU BY





EL HOSTAL ROOMS & SERVICES AGENDA OFERTAS BLOG SUSCRÍBETE RESERVAS

consultar
disponibilidad

ENG



EL HOSTAL

Seguro que te gusta conocer gente, nuevas ciudades y países, lugares interesantes, y sobre todo, te gusta viajar.

Hostal de Sal es un **Urban Hostel** en **Alicante**, ubicado en una de las zonas más pintorescas y famosas de la ciudad, el Casco Antiguo, o como lo llamamos por aquí, El Barrio.

Un lugar donde se mezclan la historia de **Alicante** con la gente joven, el ocio y la playa. Porque **Hostal de Sal** está a 5 minutos de las playas, cerca de las áreas culturales y de ocio más importantes de la ciudad, y porque es el **Youth Hostel** más emblemático de Alicante.

Hostal de Sal dispone de habitaciones con todas las comodidades y servicios como no te las has imaginado antes, en un edificio antiguo totalmente rehabilitado y acondicionado para disfrutar de tu estancia, y compartir experiencias con viajeros de todo el mundo.

¿Quieres ponerte en contacto con nosotros?

Los campos marcados como * son obligatorios

Nombre y Apellidos *

Buscar



Encuétranos en Google Maps



Llámanos,
estamos a la escucha

+34 965 21 17 20

ACTUALIDAD

25MAYO2012

VINOS ALICANTE DOP TE INVITA

LA NOCHE WINECANTING
CON

TRACEY REID

UNA NOCHE DE JAZZ Y VINO, A LA FRESCA
Plaza virgen del Remedio (casco antiguo)
20.00 - 23.00h.



Fotos del muro



GENERALITAT VALENCIANA
DIRECCIO GENERAL DE TURISME

Opciones

Compartir

Me g



**Y por fin
hablaremos
algo del 2.0**

Sí a la empresa 2.0, no a la simplificación táctica.
Es una filosofía, una actitud.
Es un proceso largo que remueve empresa.
Ojo burbujas y ojo con matar medios.
Supone una pérdida de control.
Calidad vs cantidad.
¿estamos preparados antes una crisis?
Decir, pero sobre todo, escuchar.

**Para acabar,
dos últimos consejos**

I.- Que vuestra
marca cumpla sus
promesas de valor



2.- Que vuestra marca no os quite la felicidad.



Foto: Orsai

Evan Henshaw-Plath, el creador de Twitter.

Muchísimas
GRACIAS



@ignacioldz