

Los Siete Principios de la Construcción de Marca que Separan a los Mejores de el Resto

Tu marca no es lo que dices que eres – es lo que haces

Las mejores marcas dependen de un enfoque de gestión de "marca como negocio" para impulsar su cultura organizacional, operaciones y las experiencias de sus clientes. En "la marca como negocio", la marca es la idea central de organización y operación de la compañía.

Las Grandes Marcas Empiezan Adentro



Inicia la construcción de marca cultivando una fuerte cultura organizacional que esté enfocada en la misma.

Las Grandes Marcas Evitan Vender Productos



Desarrollan lazos emocionales con los clientes en vez de depender únicamente en la superioridad del producto para generar demanda.

Las Grandes Marcas Ignoran Tendencias



Anticipa e interpreta los grandes movimientos culturales para que tu marca tenga resonancia duradera.

Las Grandes Marcas No Persiguen Clientes



Reconoce y celebra lo que tu marca representa para la gente y acepta que tu no eres para todo el mundo.

Las Grandes Marcas Endulzan Los Pequeños Detalles



Diseñan las experiencias de tus clientes para expresar los valores y atributos de tu marca en los detalles más pequeños.

Las Grandes Marcas Se Comprometen Y Se Mantienen Comprometidas



Perfora hasta lo profundo de las aspiraciones de tu marca, asegúralas y ejecútalas implacablemente.

Las Grandes Marcas Nunca Tienen Que "Dar De Regreso"



Genera valor compartido para todos los interesados en tu empresa diseñándola para que tenga un impacto social positivo como núcleo.

El crecimiento del valor e influencia de una marca deriva de una manera totalmente diferente de pensar y usar las marcas. Las grandes marcas operacionalizan su marca de forma integral en la administración y crecimiento de su negocio.