

# Herramientas y plataformas para crear branding digital y contenido de valor

3 · MAPA

# Herramientas y plataformas para crear branding digital y contenido de valor

## 3 · MAPA

### DIRECCIÓN

Carlos Guallarte  
Santiago Tejedor

### EQUIPO DE CONTENIDOS

Santiago Tejedor  
Cristina Carril  
Nataly Guerrero

### DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Lavinia Jaraba

### FOTOGRAFÍAS

Portada

Portada

Pagoda, Tokio, Japón · StockByM · GETTY IMAGES

Contraportada

Lámparas de papel, Tokio y Japón · PIXABAY

Primera edición: septiembre del 2023

Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, Cerdanyola del Vallès

# ¡Bienvenid@ a este viaje por el mundo del branding!

Toda organización necesita de una buena imagen de marca. Permite a la institución crear, construir y transmitir la marca a nivel comunicativo para plasmar los valores e identidad de la organización y así conectarse con la audiencia. En este sentido, la marca se vuelve fundamental para la comunicación con el público. Hemos de lograr que genere confianza, transmita credibilidad y sintonice nuestros valores.

Para crear una gestión eficaz de estrategias de branding es necesario implementar herramientas digitales con un contenido de valor. Así, podremos lograr los objetivos y conectar con nuestros destinatarios. Asimismo, es necesario personalizar y posicionar la marca a partir de sus atributos diferenciales. A ello se une la importancia de realizar un análisis DAFO permanente que garantice la mejora continuada. La generación de contenidos útiles, elocuentes, atractivos y de valor será una vía decisiva y estratégica para alcanzar estos objetivos.



Qué es el branding digital



“¿Sabes cómo funciona el branding digital?”, por Jürgen Klarić



Branding: qué es y cómo implementarlo en tu organización



Muchas empresas buscan triunfar en las redes sociales, pero no saben atender al teléfono



Entrevista a Marcelo Ghio, consultor en branding y gestión estratégica de comunicación



“Cómo aventarte a hacer contenido”, por Fernanda Guerra



“Reconstruyendo una marca digital”, por Linda Eliassen



Branding digital: marcas que viven para siempre



Branding digital: el sello de marca para enamorar a tus clientes en el mundo online



¿Qué es el contenido de valor y por qué importa en el marketing?



“The Future of Branding is Personal”, por Talaya Waller



 Para Ver

 Para Leer

 Entrevistas



## BRANDING

### Gestión de la Marca

#### ¿Qué es?

Es la forma en que una marca se presenta y se percibe, incluyendo sus valores, tono de comunicación y atributos distintivos.



Definir atributos diferenciales de la marca



#### ¿Cómo se logra?

Personalización

Posicionamiento

Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

Mejora Continua

## Objetivo

Fidelizar y conectar a la audiencia con la marca.

Reconocimiento de marca por el público objetivo.

Fomentar la fidelidad de los clientes.

Destacar y destacarse de la competencia para captar la atención de los consumidores.

### Identidad de marca

Logotipo

Eslogan

Tipografía

Paleta de colores

### Valores y adaptación:

Honestidad

Confianza

Coherencia

Flexibilidad



### 3 · MAPA

## Herramientas y plataformas para crear branding digital y contenido de valor

Toda organización necesita de una buena imagen de marca. Permite a la institución crear, construir y transmitir la marca a nivel comunicativo para plasmar los valores e identidad de la organización y así conectarse con la audiencia. En este sentido, la marca se vuelve fundamental para la comunicación con el público. Hemos de lograr que genere confianza, transmita credibilidad y sintonice nuestros valores.

### TÍTULOS DE ESTA COLECCIÓN:

- 1 · MAPA  
Historias: Viaje al storytelling
- 2 · MAPA  
Gestión de crisis
- 3 · MAPA  
Herramientas y plataformas para crear contenido de valor
- 4 · MAPA  
Ciberespacio: Viaje al mundo de las Redes Sociales en la Empresa

“Una mala reputación es una carga, ligera de levantar, pesada de llevar, difícil de descargar.”

Hesíodo