

La presencia digital: por qué la cultura y la marca son fundamentales para tu éxito online



GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Índice

› Introducción	03.
› ¿A qué nos referimos con marca, cultura y presencia digital?	04.
› Las ventajas de contar con una marca y presencia digital	07.
› Actividades para generar una marca y presencia digital exitosa	08.
› Metodología	09.
› ¿Como cambiar o reorientar nuestro branding digital?	10.
› Conclusiones	11.



Introducción

Todo negocio genera una percepción de quienes lo conocen e interactúan con él, y la **marca** es algo diseñado para lograr esa percepción de manera específica y diferenciarla en un mercado muchas veces saturado.

Esta se construye a través de todos los puntos de contacto del negocio o la compañía, tanto online como offline, pero en el mundo digitalizado en el que vivimos, la marca o **identidad digital** gana terreno. Es por ello que la **presencia en internet** es indispensable para poder llegar al público tanto objetivo como general aumentando así la visibilidad del negocio y empresa.



Introducción

Todas las marcas icónicas empezaron siendo pequeñas compañías. Invertir en la construcción de una identidad coherente, la creación de un discurso propio y en procesos de digitalización ha sido su herramienta para alcanzar su prestigio actual.



Introducción



La sal es un ingrediente común y está presente en las cocinas de la mayor parte de los hogares. En el sector de la alimentación, encontramos cientos de marcas que ofrecen este producto con características y precios muy similares. Sin embargo, no solemos recordar qué marca usamos. Y, ¿por qué sucede?

- **Prácticamente todas tienen el mismo posicionamiento**, incluso las que se consideran “premium”. No hay diferenciación.
- **La construcción de su identidad es poco original** y sin personalidad.
- **Los envases son incómodos** y no facilitan su uso.
- **No han construido un discurso digital.**
- **No tienen presencia online propia** –más allá en tiendas online–.

Introducción

La primera marca nacional que rompió la tendencia del sector fue SOSO FACTORY con: un naming original, una identidad bien construida, una apuesta por un envase inteligente y una presencia digital continua, ha logrado posicionarse como un actor relevante y destacar.

SOSO

Naming e identidad



Packaging / envase



Web



Tienda online

¿A qué nos referimos con marca digital?



MARCA O
BRANDING DIGITAL

- Uno de los **componentes intangibles de una empresa.**
- Define tu negocio y lo que te diferencia del resto.
- **"Branding digital"**: presencia de nuestra marca en el entorno digital.
- Definir y aplicar la marca a nivel digital es clave para desarrollar una campaña de **marketing digital.**
- **Permite construir una** estrategia de **"Employer Branding"**, es decir, una sólida 'marca empleadora' para que el talento especializado sienta predilección por esa corporación y aspire a desarrollarse profesionalmente en ella.

¿A qué nos referimos con cultura digital?



CULTURA DIGITAL

- Cuáles son los **principios** que guían su presencia y actividad en el universo online.
- Cómo la empresa utiliza la tecnología en su día a día.
- Cómo se **relaciona con sus clientes y empleados** a través de los canales digitales.
- Cómo aplica herramientas digitales para crear una cultura digital sólida.
- En definitiva, si existe una fuerte cultura digital es más fácil la **transformación digital**.

¿A qué nos referimos con presencia digital?



PRESENCIA DIGITAL

- Se genera una visión más amplia de esa compañía y de esa marca.
- La marca digital se construye cuidando la **presencia digital**.
- Para tener una **marca o identidad digital**, lo esencial es la presencia digital ya que es una parte intrínseca de la marca.
- Es esencial dado que las estrategias de marketing a día de hoy se centran en la parte online.

Contar con una marca y presencia digital: Beneficios



Mayor expansión ya que las marcas digitales llegan a una audiencia mayor.



Mayor interacción con clientes actuales y potenciales gracias a la publicidad y presencia en internet.



Personalización de la interacción a distintos niveles.



Ahorro en costes ya que el coste de la publicidad online **es menor**.



Análisis de datos a través de herramientas que hacen seguimiento de la interacción online.



Adaptabilidad y flexibilidad.



Cercanía de los canales de comunicación digitales.

Actividades para generar una marca y presencial digital exitosa

› **La creación de marca es un proceso constante que se extiende a todas las acciones de la empresa.** Es necesario adaptarse y revisar continuamente la estrategia para alcanzar el éxito deseado. Y, para crear una marca desde cero y que sea exitosa, es necesario:

- 1. Definición de la marca**
- 2. Creación de contenido de calidad**
- 3. Elección de formatos adecuados**
- 4. Optimización de la página web**
- 5. Estrategias de posicionamiento SEO**
- 6. Uso de redes sociales**
- 7. Colaboraciones**
- 8. Publicidad digital**
- 9. Perspectiva a largo plazo**



Metodología

► Pasos a seguir para la **creación de una marca** a través del "**design thinking**":



Definir una estrategia



Crear la marca
(naming, concepto...)



Crear prototipos de
la marca digital



Diseño de identidad y
ecosistema visual



Medir el rendimiento



Mejora continua

¿Como cambiar o reorientar nuestro branding digital?

Después de establecer una presencia online y una identidad digital, es posible que una empresa decida redefinir su identidad digital para **ganar más cuota de mercado** o **mejorar áreas que no funcionan**, siguiendo el concepto de "mejora continua".



Conclusiones

- Todo negocio con una presencia digital genera una **marca o identidad digital**, la diferencia es si es o no una marca potente, con personalidad propia, bien definida, con una **propuesta de valor diferencial**, un **diseño contemporáneo** y con **mensajes consistentes**, que **logre distinguirse de los competidores**, que **atrae al público objetivo** y hace que crezca el negocio.
- Lograr una marca fuerte es difícil, pero es imprescindible. Para lograrlo hay que **tener un plan estratégico y de creación de la identidad y realizar las actividades concretas para su plasmación.**



Acelera *pyme*



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"