

7 Pasos para construir una buena Marca Corporativa B2B

BRANDING INDUSTRIAL-SERVICIOS B2B



ComeOn!
Brands B2B
MARKETING

Disponer de una **buena estrategia de marca y branding en empresas B2B** (industriales y de servicios) que genere valor, comunidad, reputación y ventas en tu compañía, no es una tarea fácil.

Hacer marca B2B cuesta tiempo y dinero, pero cuando antes empieces, antes observarás los beneficios que supone tener marca hoy.

En este documento te doy algunas pistas que te guíen en esa buena construcción. ¡Atentos! ¡Comenzamos!.

¿Cómo se construye una marca B2B?



7 pasos para construir una buena marca corporativa B2B

ComeOn!
Brands B2B MARKETING

Una buena estrategia de marca y branding en empresas B2B, requiere de la implicación y compromiso de muchos actores dentro de una organización B2B. Se trata de una estrategia ambiciosa a largo plazo (con mucho que ganar), en el que hay que definir una serie de cuestiones importantes como son:

1. Análisis estratégico de la compañía. Brand Audit.

Hay que analizar o reformular cuestiones como la visión y propósito de la compañía, el significado de tu marca actual y la interacción con todos los players (clientes, proveedores, empleados...) todo ello acorde a la estrategia de la compañía B2B para definir así unos objetivos que dejen muy claro lo que queremos que nuestra marca llegue a ser.

2. Brand Vision y definición de objetivos

En este apartado tenemos que saber muy bien qué queremos conseguir con la construcción de marca de nuestra compañía B2B, es decir definir cuáles son los objetivos estratégicos y financieros (generar reputación, generar venta, mejorar fondo comercio...) que conlleva esa construcción y definición de marca.

3. Definición de identidad de marca

Una vez conocemos dónde queremos ir, toca definir cómo queremos que nos vean , bajo qué asociaciones mentales. Es lo que se denomina “identidades de marca” y es lo que queremos evocar en la mente de nuestros clientes cuando piensen en nuestra compañía.

4. Definición de Propuesta de Valor

Una vez definidas las identidades de marca toca dejar claros los beneficios funcionales, emocionales y sociales que mi marca va a proporcionar. Esto es lo que se define como **la propuesta de valor de marca**, el “por qué me tienen que elegir a mí”

5. Definición de Posicionamiento

Seguramente dispongamos de varias asociaciones mentales o identidades de marca que queremos inculcar, pero cuanto más seamos capaces de simplificar con aquello que más nos identifica de todo, más fácil será conectar. Recordar, menos es más siempre. Y así definiremos nuestro posicionamiento final.

6. Diseñar nuestra identidad visual y verbal

Una vez definida la parte estratégica de nuestro plan de creación de marca, ahora toca definir el logo, colores...y otros elementos visuales que más se identifiquen con el significado y propósito de nuestra marca que previamente acabamos de definir. Otro aspecto importante es el tono del lenguaje que queremos usar.

7. Definir el branding interno y la cultura empresarial

En B2B vendemos CONFIANZA. Disponer de una óptima cultura empresarial B2B enfocada en el equipo de personas que forman parte de esa compañía, ayuda notablemente a generar más confianza y por tanto a vender más.

Cada vez es más importante involucrar a los departamentos de RRHH de las compañías b2b en las estrategias de marketing y branding B2B, porque los empleados se convierten en pieza clave para poder atraer talento, generar más marca y conseguir más ventas.

Surge cada día con más fuerza, la figura del Embajador de Marca interno en una compañía, los propios empleados, como mejor altavoz para impulsar acciones estratégicas de las compañías B2B.

Espero haberte ayudado.
GRACIAS

MONICA DOMINGUEZ
CEO & Founder ComeOn Brands! B2BMarketing
marketing@comeonbrands.com
www.comeonbrands.com

The logo for ComeOn! Brands B2B Marketing is located in the bottom right corner. It features a large red circle on the left. To the right of the circle, the text "ComeOn!" is written in white, with "Come" in a standard font and "On!" in a larger, bold font. Below "ComeOn!", the word "Brands" is written in white, with a small black dot above the letter "a". To the right of "Brands", the words "B2B" and "MARKETING" are stacked vertically in a smaller, red, all-caps font.

ComeOn!
Brands B2B
MARKETING