

Concepto de marca

El concepto es la idea que denota tu marca, aquello por lo cual el público la identifica, y lo que le representa. Se diferencia del slogan porque no es simplemente una frase comercial, es mucho más que eso: es una identidad y un valor

FILOSOFIA CORPORATIVA

Es aquello que la cabeza de la empresa considera que es central, perdurable y distintivo de la organización. En cierto modo, representa los "Principios básicos" (creencias, valores y pautas de conducta) que la entidad debería poner en práctica para llegar a cumplir sus metas y objetivos finales fijados.

PARA QUE SIRVE EN LA CONSTRUCCION DEL CONCEPTO DE MARCA

- La marca, además de implicar un nombre, está relacionada a la experiencia del cliente. y, también, está relacionada con la sensación que causa en determinado público objetivo. y es por eso que la construcción de marca es tan importante para las empresas que actúan en el mercado. El branding es un proceso que exige dedicación, talento y mucha persistencia.
- El objetivo final es posicionar la marca en el mercado de forma con que sea recordada positivamente por el consumidor. Para tanto, es muy importante que un negocio sepa trabajar de forma asertiva. Para eso, es necesario conocer y entender con profundidad tu público objetivo y ofrecer para este público experiencias positivas.

PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES

Diagnostico Estratégico, análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la institución.

MISION, VISION Y VALORES

- La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización.
- La Visión se define como el camino al cual se dirige la empresa
- Los Valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma.

OBJETIVOS CORPORATIVOS

- Objetivos de crecimiento
- Objetivos de rentabilidad
- Desarrollo tecnológico
- Modernización tecnológica
- Desarrollo humano
- Desarrollo comercial
- Orientación hacia el cliente
- Productividad laboral
- Control total de la calidad
- La preservación del medio ambiente
- Conocimiento de entorno
- Responsabilidad social

Diferencias entre logosimbolo y logotipo

El logosimbolo es una unión de la parte gráfica que es un símbolo y la tipografía que es el nombre, es la representación de la identidad visual de la empresa la cual vende su imagen y posee su producto.

El logotipo se caracteriza por ser el diseño gráfico de la palabra o nombre de la empresa, es la forma visual con la cual de manera inmediata da a conocer al público la marca o la imagen corporativa.



La expresión gráfica de McDonald's representa una franquicia de los hermanos McDonald son los que le dan al logotipo de McDonald's su expresión de originalidad con el apellido de los dueños los hermanos McDonald el plan de ellos fue poner como logo la letra M con su marca debajo McDonald para su expresión a los clientes de su marca con su apellido en el logo tipo el cual le daba una originalidad a la marca en su gran expresión ya que era un puesto de comidas rápidas el cual dio un gran impacto a la sociedad con su color amarillo llamativo.

Logosimbolo



Logotipo



Sahira Hasbleidy Neira Bernal
Tatiana Ceballos
Oscar Santiago Perdomo Guzman
Jose Fabian Rondon Campos