



BRANDING



Producto: Torta Red Velvet o torta de chocolate rojo cubierta y rellena en frosting de queso crema, todas las reposterías y pastelerías en el medio digital elaboran las más exquisitas tortas de este estilo -sean grandes o pequeños negocios. Mismos ingredientes de calidad, costos y procesos similares.

Diferencia:

- El personaje o nombre de quien vende la torta, marca personal.
- Posicionamiento en la mente del consumidor – historia, emoción, satisfacción, felicidad, medios como videos, Instagram live interacción con seguidores: **Branding**



Brand: Marca – identidad comercial de un producto que equivale al sello, espíritu, símbolo, cultura, valor de la pastelería

#deceroapasteleros21x #deceroareposterodigital #delofisicoalodigital #saboreatedelaalegria
#tortasmyosibague



Branding: Estrategias para posicionar la marca en la mente de los clientes, quiere decir cualquier acción que conlleve a un emprendedor repostero o pastelero para desarrollo y gestión de su propia marca en el mundo digital.

Desarrollando el programa virtual Principios Para Crear un Negocio de Pasteles Exitosos @maceavilafianzas me topé con este interesante tema que hace parte del mundo del Marketing Digital. No solo se crea un nombre comercial, se diseña un logo, se utiliza una tipología de letra, símbolos etcétera. Sino que se debe profundizar en un proceso de análisis, diseño y creación de estrategias con el fin de dar larga vida al emprendimiento dentro de una sociedad o comunidad virtual.

Muchas veces los productos o servicios se asemejan en varios aspectos a lo cual se debe pensar en dar valor agregado; por ende el poder de la marca como imagen juega a modo de elemento diferenciador.

Este concepto inicia a partir de la teoría del señor Tom Peters – gurú del Branding al citar las tres leyes físicas del marketing en su libro el Meollo del Branding, las cuales son referentes a:

- La pasión amor y voluntad con la que quieres sacar a flote tu nombre, tu marca, el sentimiento que tus productos te generan y motiva a posicionarlos en la mente del consumidor. El motivo real para querer crecer y sostenerse por largo tiempo





- La historia que queremos contar hace una gran diferencia, el detrás de todo, de la producción, el día a día, mostrar procesos, quienes son los colaboradores, como se manejan las compras, reuniones de equipo, como nace esto lo otro, las historias bien contadas o bien mostradas al cliente final hacen tu diferencia en el mercado



- La causa que motiva nuestro emprendimiento bajo beneficios patentes, porque existimos, como queremos servir a una comunidad, que motiva levantarnos cada día con una sonrisa positiva a seguir dejando todo al 200%



#deceroapasteleros21x #deceroareposterodigital #delofisicoalodigital #saboreatedelaalegria
#tortasmyosibague



“Las historias y experiencias a la hora de transmitir emociones son cada vez más relevantes sobre los mismos productos, ya que la marca reside en la mente y en los corazones de las personas en un mundo controlado por la tecnología” Tom Peters

En fin, se le conoce como *Branding* al mismo proceso de crear y construir una marca en base a unos valores éticos y cultura corporativa, el mismo producto o servicio a ofrecer, el cliente ideal (buyer persona) a quien va dirigido y como este percibe nuestro nombre – identidad de marca, la consistencia, personalidad (impacto visual)

Estrategias En Las Redes Sociales

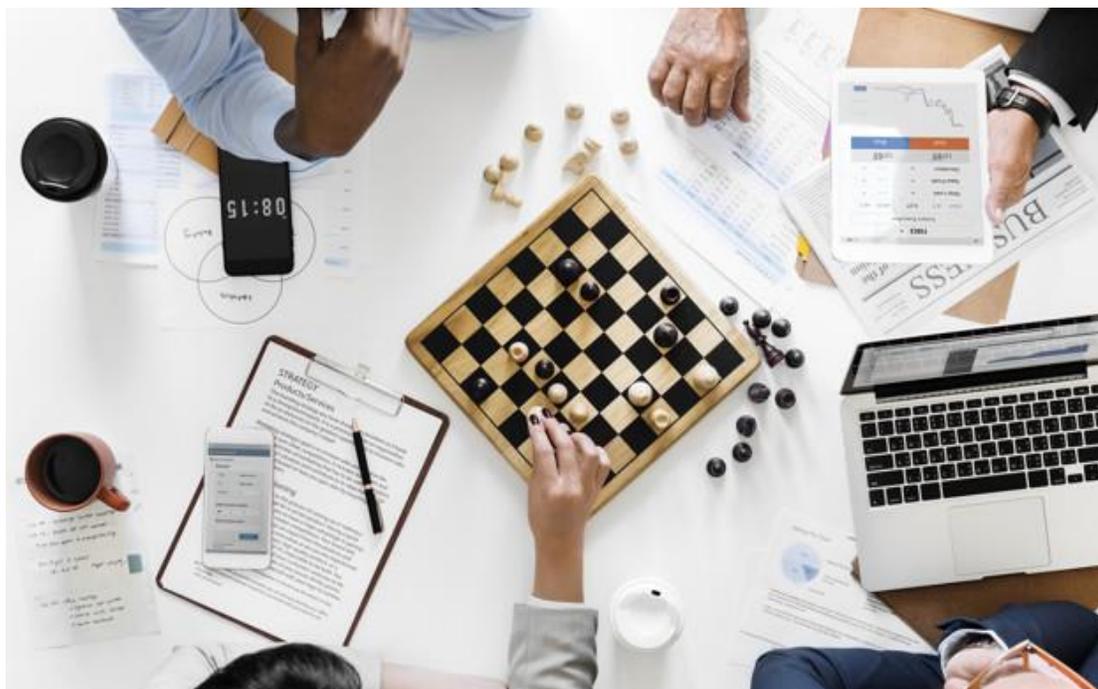


1. Identidad Visual: La marca es el soporte visual de un producto o servicio y debe ser fácil de recordar, crear un logo simple, memorable y sorprendente. En el color esta buena parte del secreto para recordar una marca en la mente del cliente
2. Plataformas: No todas las redes sociales funcionan para nuestro emprendimiento, debido a que cada red social tiene su forma de comunicar. Es bueno dar un vistazo a las redes sociales y determinar cuál te ayudara a obtener mayor impacto en el mercado. A mis colegas pasteleros reposteros aconsejo una cuenta comercial en Instagram, desarrollando una biografía atractiva y en el feed postear fotos (pornfood) con historias de valor



3. Tipos de Promoción: según cultura e identidad de la marca, se crean medios para darse a conocer la esencia emocional detrás del nombre y así atraer seguidores que amen los productos o servicios del emprendimiento
4. Fidelización: el objetivo es convertir a tus clientes en embajadores de tu marca, generar una respuesta emocional. La lealtad se logra a través de una comunicación constante que contribuya a mostrar un rostro honesto y humano tanto del producto como de la empresa. El secreto para lograr que amen tu marca, reside en agregar valor constantemente en cada una de las áreas clave de tu negocio.
5. Contenido: cada paso que da un emprendimiento hasta convertirse en una marca rápidamente reconocible por su cliente debe analizarse y seguir una estrategia planeada. Desde el principio planear como quiere mostrar su vitrina de ventas por ejemplo en Instagram, que tipo de información se va a compartir, unas fotos armónicas con su respectiva leyenda, descripción o experiencia al realizar ese producto o servicio a ofertar; organizar un calendario de contenidos ayuda a tener un orden de videos, fotos o mensajes a postear.

Diseñar A Conciencia Una Estrategia De Branding Te Permitirá:



- Llegar al cliente con un mensaje claro, sin necesidad de hacer publicidad directa sobre producto o servicio
- Conectar al consumidor con el producto y con los valores de la marca –la cual debe ser percibida como familiar
- Desarrollar la credibilidad y lealtad de los clientes convirtiéndolos en embajadores de tu marca

#deceroapasteleros21x #deceroareposterodigital #delofisicoalodigital #saboreatedelaalegria
#tortasmyosibague



- Reforzar la identidad de la empresa, crear historias que emocionan a sus clientes amigos
- Diferenciarse en el mercado porque cada vez generas valor agregado como obsequiar con cada compra un incentivo, bono o una caja de muestras con nuevos productos
- Vuélvete único y especial en el mercado local

Taller Práctico

Te invito a contestar estas preguntas a conciencia y quizás al final obtengas tus estrategias definidas de Branding

1. ¿Sabes el por qué te gustaría iniciar tu pastelería o repostería en ambientes virtuales?
2. Los valores son esas razones en las que basas la filosofía de tu pastelería o repostería ¿Has detectado esos valores que te representan y son innegociables en tu vida? ¿Cuál es la misión y visión de tu negocio online? Te has trazado objetivos a corto, mediano y largo plazo
3. Te has puesto a pensar quien eres dentro mercado digital ¿cuáles son los elementos que te identifican como marca, como nombre comercial?
4. Tu avatar, buyer persona o cliente ideal es aquel que te compra o que te gustaría a ti que te compre tus productos o servicios. ¿Has descrito quien sería esa persona ideal con todo el detalle que puedes? O ¿pensabas vender a todos los que lleguen a tus redes sociales?
5. ¿Qué productos ofreces? Define sus principales características. Sabes, cuál es tu producto estrella
6. ¿En qué área de la repostería eres expert@? Tu emprendimiento es especialista en:
7. Al compartir imágenes en las redes sociales ¿sueles incluir tu logotipo, el nombre del post y todo lo que se pueda para que te identifiquen? Por casualidad ¿tienes una plantilla para unificar las imágenes que muestras en tus redes sociales?
8. ¿Tienes una paleta de colores que te representa y la usas siempre en todas tus publicaciones graficas definida especialmente para tu marca?
9. ¿Cuentas con una combinación de tipografías corporativas, las cuales usas en tus plantillas, redes sociales ya como un estilo de tu marca?
10. ¿Cuentas con un manual de la marca, donde se muestra la identidad visual de tu emprendimiento y que sirve para crear nuevos diseños de la marca?
11. ¿Cómo ves a tu Marca en un futuro? ¿Qué mensaje te gustaría transmitir con tu marca, productos y servicio?
12. ¿Por qué tu marca y no la de tu colega?