



Branding para el emprendimiento digital



Deep.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1 El ABC del branding

- Branding vs. Posicionamiento
- Branding digital vs. Marketing digital
- 5 Reglas de oro para el éxito del branding de una start-up

Unidad 2 Branding digital para start-ups: ¿cómo empezar?

- Posicionamiento de la start-up: La fórmula <for-who-is a -that-unlike>
- Diferénciate
- Nómbralo, con precaución
- Diseña tu imagen

Unidad 3 Inicia tu propia estrategia de branding de tu start-up: cuenta tu historia

- Cuenta tu historia
- Eslogan vs Tagline
- Comparte la narrativa de tu marca

Unidad 4 Llega más lejos con tu estrategia de marca

- Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up
- Principales retos

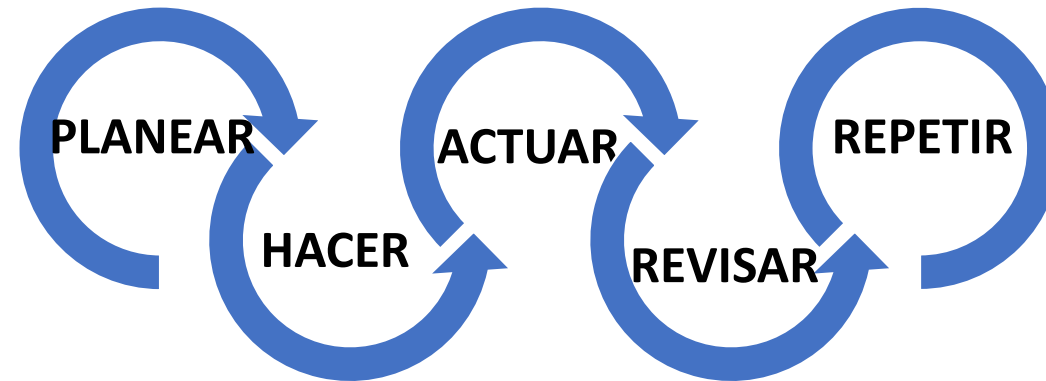
Unidad 5 Casos prácticos: Uber y Airbnb

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: El ABC del branding

Branding vs. Posicionamiento

La **gestión estratégica de la marca, o branding**, es uno de los pasos que debe dar una empresa si quiere darse a conocer. Es un **proceso de gestión continua** que ayudará a **crear** una marca, **prepararla** y mantenerla en el mercado.



Tu start-up es tu idea, por lo tanto sabes todo sobre ella! El **posicionamiento**, como parte integrante del branding, trata de:

- saber quién eres como empresa
- conocer bien tu mercado objetivo
- saber exactamente en lo que se diferencia tu negocio de tus competidores

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: El ABC del branding

Branding digital vs. Marketing digital

¡Crear una start-up te exigirá convertirte en un experto en marketing! Para ello, debes conocer los conceptos básicos.

El **Marketing** es el conjunto de actividades y estrategias que tu startup tendrá que llevar a cabo para promocionar su servicio o producto.

BRANDING
DIGITAL

Como **diseñas** y **construyes** la marca online de tu start-up, utilizando **herramientas digitales** (como websites, apps, redes sociales, videos).



MARKETING
DIGITAL

Desarrollo de **estrategias de marketing** destinadas a promover tu producto/servicio a través de **canales digitales**.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: El ABC del branding

Reglas de oro para el éxito del branding de una start-up



ANÁLISIS DE MERCADO ¿A quién quiere llegar?

Debes conocer y comprender plenamente tu mercado objetivo, incluyendo: quiénes son, qué intereses tienen, qué necesitan, qué les gusta hacer. Aquí tienes algunos [consejos de herramientas para realizar tu estudio de objetivos](#).



VENTAJA COMPETITIVA ¿Qué te diferencia de los demás?

También debes estudiar a tu competencia y aprender de su marca. Mira cómo se comunican, cómo interactúan con su público. De este modo, podrás encontrar la forma de destacar.



MENSAJE DE MARCA ¿Cuál es tu idea principal?

Debes tener claros los valores y la misión de tu empresa. Esto es, en realidad, la puesta en marcha de tu marca. Obtén más información al respecto en la Unidad 3: Cómo contar tu historia.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: El ABC del branding

Reglas de oro para el éxito del branding de una start-up



IDENTIDAD VISUAL Y VERBAL ¿Cómo quieres que te conozcan?

Debes tener una imagen y un lenguaje cautivadores. Se trata de tener un gran logotipo/símbolo, un buen nombre, y un eslogan pegadizo. Si no eres diseñador, confía en los profesionales para que tu start-up tenga un aspecto profesional.



PRESENCIA ONLINE ¿Dónde quieres que te vean?

Debes elegir los canales y herramientas digitales adecuados (por ejemplo, sitio web, redes sociales, SEO) para afirmar tu identidad digital. [Obtén más información en la Unidad 4 – Llega más lejos con tu estrategia de marca.](#)



PRÁCTICAS DE GESTIÓN ¿Cómo vas a hacerlo?

Debes tener un plan de empresa concreto en el que puedas definir todas tus prácticas de gestión de la marca. Sigue un plan para que todo funcione de la mejor manera posible.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: Branding digital para start-ups: ¿cómo empezar?

Posicionamiento de la start-up: La fórmula “for-who-is a -that-unlike”

En términos prácticos, el posicionamiento es una breve declaración en la que describirás:

- el producto o servicio de tu start-up
- tu mercado objetivo
- cómo tu producto o servicio responderá a las necesidades del mercado objetivo.

Cuando escribas tu **declaración de posicionamiento** hazlo de forma **clara, simple y concisa**.

LA FÓRMULA

Para <tu mercado objetivo> **que** <necesidad del mercado objetivo> <tu marca> **es un** <categoría de producto o servicio> **que** <beneficio principal de tu producto>. **A diferencia de** <qué alternativas competitivas ofrece tu marca>, <tu marca> <cuál es la diferenciación principal de tu marca>.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: Branding digital para start-ups: ¿cómo empezar?

Posicionamiento de la start-up: La fórmula “for-who-is a -that-unlike”



EJEMPLO PRÁCTICO

Para los usuarios de la red mundial **que** disfrutaban de los libros, Amazon **es una** librería minorista **que** proporciona acceso instantáneo a más de 1,1 millones de libros. **A diferencia de** los minoristas de libros tradicionales, Amazon ofrece una combinación de extraordinaria comodidad, precios bajos y una amplia selección.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 1: Branding digital para start-ups: ¿cómo empezar?

Diferénciate

Al redactar la declaración de posicionamiento de tu empresa, ya has identificado lo que **diferencia a tu producto o servicio de la competencia**. Se trata de esa **singularidad** que sólo tú puedes ofrecer, además de la forma en que lo haces. Se trata de **destacar**. Hay muchas maneras de hacerlo:



Ejemplo de diferenciación emocional de la marca.

- ofreciendo experiencias
- contando historias
- esbozando los valores centrales
- siendo exclusivo
- diseñar con un propósito
- ofrecer soluciones
- mantenerse actualizado
- crear relaciones sólidas
- obtener orientación

Branding para el emprendimiento digital

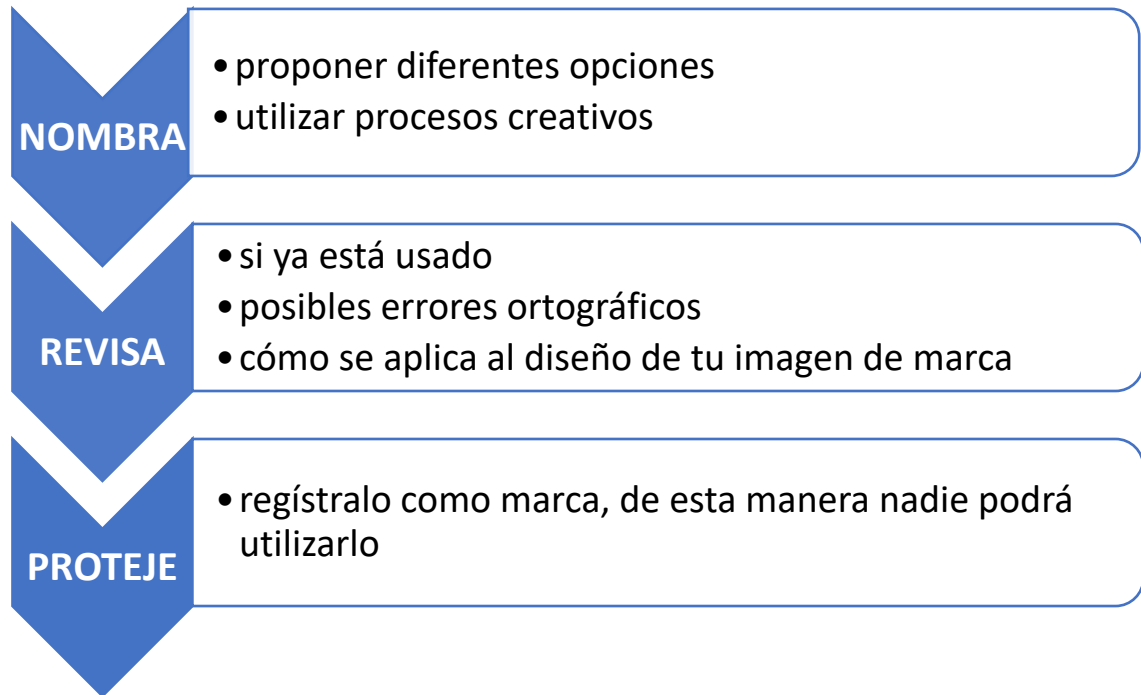
Unidad 1: Branding digital para start-ups: ¿cómo empezar?

Nómbalo, con precaución

El nombre de una marca puede resumir toda una empresa, sus ideas y objetivos. Elegir un buen nombre puede ser un reto creativo o un momento “Eureka”. En cualquier caso, En cualquier caso, aquí hay algunas **pautas para tener en cuenta**.

A la hora de seleccionar un nombre, puedes elegir entre:

- ① utilizar tu propio nombre como inventor y creador de la start-up
- ② describir lo que haces
- ③ describir una experiencia o una imagen
- ④ sacar las palabras de su contexto
- ⑤ inventar una palabra nueva



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 2: Branding digital para start-ups: ¿cómo empezar?

Diseña tu imagen

El branding no es sólo una cuestión de imagen, sino que sin duda es también un aspecto vital. Como se suele decir: ¡la apariencia importa! Necesitarás un **diseño visual** fuerte y sólido. Características como el **logotipo**, los **colores**, las **fuentes** y la **tipografía** definirán la identidad de marca. Si el diseño no es tu principal habilidad, entonces debes considerar pedir ayuda profesional.



5 HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO DE LOGOTIPOS

[Adobe Ilustrador](#) # [Tailorbrands](#) # [Logomaker](#)
[Logo Design Studio Pro](#) # [Canva](#)

Estas opciones incluyen versiones gratuitas para que puedas explorarlas y empezar a aprender. Cuando te sientas cómodo, opta por las versiones premium, ya que incluyen funciones profesionales.

En cualquier caso, prueba y busca las opciones que mejor se adapten a tu propósito.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 3: Inicia tu propia estrategia de branding: cuenta tu historia

Cuenta tu historia

La **narración de la marca** es una poderosa estrategia de marketing. Contar la historia de tu marca es una buena forma de diferenciarla de las demás. Incluso si no eres bueno escribiendo historias, se puede elaborar fácilmente una narración respondiendo a estas **preguntas clave**:

- ① ¿Quién eres?
- ② ¿A qué te dedicas?
- ③ ¿Por qué lo haces?
- ④ ¿Cómo lo haces?
- ⑤ ¿Hacia dónde te diriges?



El poder de la palabra

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 3: Inicia tu propia estrategia de branding: cuenta tu historia

Cuenta tu historia

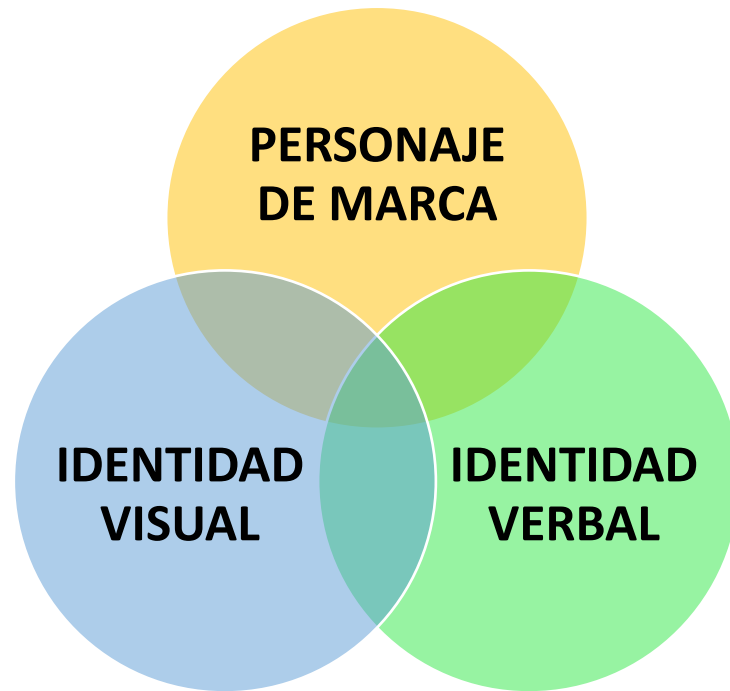
“La gente no compra a las empresas. Compra a las personas. Encuentra tu voz única”. (Michel Unter)

Hay tres elementos esenciales en el proceso de crear y contar una historia clara, sencilla y directa.

Creación de un **personaje de marca**, que puede ser un personaje ficticio, una mascota o incluso una idea. La historia puede construirse en torno a ese personaje

Presta atención a la **“voz” de tu marca**, la suma de características que, en conjunto, comunican la marca, los diferentes lenguajes que usas para contar tu historia (por ejemplo, tu declaración de posicionamiento)

Ten un **lenguaje visual bien estructurado**, que incluya no sólo su logotipo, sino también un conjunto de elementos de diseño combinados (por ejemplo, colores, fuentes, ilustraciones, fotografía, vídeos).



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 3: Inicia tu propia estrategia de branding: cuenta tu historia

Eslogan vs tagline

Creas una historia para conectar con tu público objetivo, pero cuando se trata de **permanecer en la mente de tus clientes** tienes que crear un eslogan y un tagline.

Tagline



Think different.™

Eslogan

MacBook Pro: “A touch of genius.”

AirPods: “Wireless. Effortless. Magical.”

iPad: “Like a Computer. Unlike any computer.”

Es fácil ver la diferencia. El tagline de tu empresa es una frase corta que define la marca. Se puede crear un eslogan cuando se quiere anunciar un producto o servicio específico.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 3: Inicia tu propia estrategia de branding: cuenta tu historia

Eslogan vs Tagline

En esta fase ya lo sabes todo sobre el **corazón de tu marca**, tus objetivos, misión y visión, tu público objetivo, tu promesa, etc. Ya has entendido las necesidades de tu mercado objetivo y has estudiado a tu competencia. Con esto, puedes empezar a crear el tagline de tu marca.

Proceso creativo

- ① Haz una lluvia de ideas o brainstorm y busca otros ejemplos de eslóganes que puedan relacionarse con tu negocio
- ② Escribe un párrafo sobre tu startup (por ejemplo, quién eres, qué haces, para quién lo haces y cómo lo haces)
- ③ Redúcelo a una frase, como un tuit (280 caracteres)
- ④ Hazlo aún más corto, con no más de cinco palabras
- ⑤ Pruébalo y comprueba si hay similitudes con otros taglines
- ⑥ Combínalo con tu logotipo para ver si funciona

Proceso alternativo

Si te sientes atascado en el proceso creativo, utiliza algunos **generadores de etiquetas online**, que pueden ser un buen ejercicio para visualizar palabras, hacer combinaciones de palabras, de donde puedes elegir tu tagline:

- [Zyro](#)
- [Design Hill](#)
- [Within the Flow](#)
- [GetSocio](#)
- [Shopify](#)

Estos sitios web también ofrecen opciones para la creación de logotipos y relatos online, dando además buenos consejos de diseño para su marca.

Branding para el emprendimiento digital

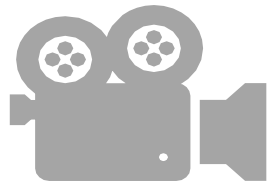
Unidad 3: Inicia tu propia estrategia de branding: cuenta tu historia

Comparte la narrativa de tu marca

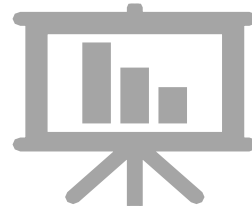
Hay muchas opciones entre las que puedes elegir para compartir la historia de tu marca. La clave está en elegir la que te funcione mejor y que esté en consonancia con tu **estrategia de marca y los recursos disponibles**.



Artículos
EBooks
Estudio de casos
Libros blancos



Videos
Gráficos en movimiento
Vídeos explicativos
Vídeos de animación



Infografías interactivas
Micro contenidos
Visualización de datos
Infografías simple



Parisian Love by Google

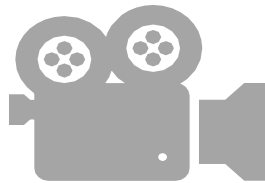
Branding para el emprendimiento digital

Unidad 3: Inicia tu propia estrategia de branding: cuenta tu historia

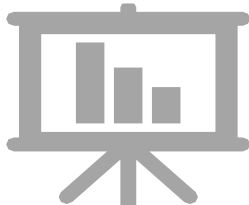
Comparte la narrativa de tu marca



Puede utilizar artículos en línea o libros blancos para compartir tu marca. Sólo tienes que asegurarte de que tu historia sea motivadora y convincente. Puedes colocarla en el sitio web de tu empresa y, por ejemplo, llevar un diario. Utiliza herramientas online como [ISSUU](#) para crear folletos digitales profesionales.



Los vídeos son siempre la mejor opción para compartir una historia. Puede ser un proceso sencillo o complejo. Si quieres mejorar tus habilidades digitales, haz buenas fotos y crea un vídeo desde cero. [Open Short Video Editor](#) es una gran opción. También puedes utilizar plantillas online para la creación de vídeos ([Vimeo](#)) pero existe el riesgo de que otra persona utilice el mismo modelo.



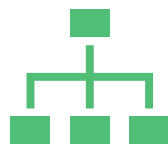
Puedes construir una línea de tiempo para contar tu historia y ponerla en una infografía. Herramientas como [Canva](#), [Picktochart](#), [DesignCap](#), [Visme](#), [Google Charts](#), [Infogram](#) y [Mind the Graph](#) ofrecen una variedad de soluciones para presentar la información de tus datos.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up

Desde los procesos de gestión, pasando por la redacción de narrativas, hasta el diseño de logotipos, la creación de marcas requiere un conjunto de habilidades esenciales que le hacen utilizar dispositivos y herramientas digitales, manejar información creando, editando y comunicando. No todo puede recaer en una sola persona. Pero hay que saber exactamente qué habilidades están implicadas y gestionar cuáles están dispuestas a mejorar.



Gestión de proyectos digitales

Se trata de una competencia transversal. Además de dominar los procesos básicos de gestión de proyectos (planificación, ejecución, seguimiento y cierre), debes conocer algunos **métodos de gestión digital** como [Agile](#) y [Scrum](#).

Agile utiliza la planificación interactiva o por fases y la integración continua a lo largo de la vida del proyecto.

Scrum propone principios y procesos para mejorar la entrega.

Saber gestionar eficazmente los proyectos es oportuno y rentable. Ten en cuenta que estas metodologías de gestión requieren tiempo de aprendizaje. Una buena opción sería invertir en una formación certificada.

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

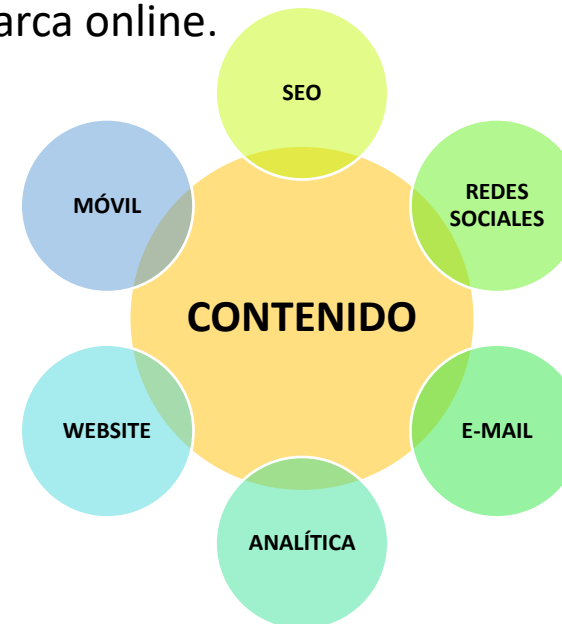
Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up



Marketing digital

Se trata de una habilidad muy demandada. Incluye el conocimiento de las estrategias de marketing y comunicación y el dominio de las herramientas y plataformas que ayudan a mantener una marca online.

El marketing digital consiste en aplicar **estrategias de marketing y comunicación** para promocionar productos o servicios a través de canales digitales como sitios web, blogs, redes sociales y aplicaciones móviles.



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up



Marketing digital

Search Engine Optimisation (SEO) ¡Necesitas que sus clientes le encuentren!

El SEO consiste en un conjunto de estrategias y técnicas para optimizar los sitios web o los blogs para que puedan ser leídos fácilmente por los motores de búsqueda como Google, Bing o DuckDuckGo. Puedes aprender SEO a tu propio ritmo, hay varios cursos online gratuitos. Empieza en [SEO Learning Center](#) de Moz o con la Guía de inicio de SEO de Google [Google's SEO Starter Guide](#).

Redes sociales ¡No sólo para diversión!

Todos tus clientes están en las redes sociales (por ejemplo, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, Google+, Sanpchat, Pinterest). Debes dominar la habilidad de crear cuentas profesionales no solo para vender productos o servicios, sino para interactuar con tu mercado objetivo.

Son herramientas poderosas para crear contenido, amplificarlo y un complemento de otras estrategias de contenido (como por ejemplo, blogs o vídeos).

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up



Marketing digital

E-mail ¡Interacción personal y directa!

El e-mail marketing es la forma de comunicarte con tu público o clientes potenciales a través de un simple correo electrónico. Suena anticuado, pero el e-mail marketing sigue siendo una herramienta muy útil, especialmente para las empresas de nueva creación, ya que es una de las estrategias de marketing más rentables. Es la **automatización de tu comunicación** que te permitirá programar tus correos electrónicos y mensajes de acuerdo con algunas características clave. ¡Empieza con [MailChimp](#)!

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up



Análisis digital de empresas

"Si no puedes medirlo, no puedes gestionarlo." (Peter Drucker)

Es importante saber qué datos recoger y luego medir para seguir mejorando los resultados. Para empezar no hace falta ser un experto. Por ejemplo, **las plataformas de redes sociales** tienen herramientas que te permiten hacer un seguimiento de tus publicaciones y páginas. Puedes obtener información vital demográfica de tu audiencia. Entender a tu audiencia te permitirá tomar buenas decisiones para tu negocio.

Name	Type	Size	Availability	Date Created	Sharing
Buy Area Students	Segment Audience	204,200,000	Ready	04/11/2016 10:50	--
Buy Area Workers	Segment Audience	2,850,000	Ready	04/11/2016 10:50	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	Custom Audience 30Days	Ready	04/11/2016 10:50	--
Lookalike (US, 2% to 5%) - 30Days	Lookalike	Custom Audience 30Days	Ready	04/11/2016 10:50	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	Custom Audience 30Days	Ready	04/11/2016 10:50	--
30 Day Return Users	Custom Audience	8,850,000	Ready	04/11/2016 10:50	--
Buy Area Students	Lookalike	204,200,000	Ready	04/11/2016 10:50	--
Buy Area Workers	Segment Audience	2,850,000	Ready	04/11/2016 10:50	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	Custom Audience 30Days	Ready	04/11/2016 10:50	--
Lookalike (US, 2% to 5%) - 30Days	Lookalike	Custom Audience 30Days	Ready	04/11/2016 10:50	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	Custom Audience 30Days	Ready	04/11/2016 10:50	--
30 Day Return Users	Custom Audience	8,850,000	Ready	04/11/2016 10:50	--

Facebook para empresas

- gestión de equipos
- estadísticas e informes para tu empresa
- Facebook marketing
- Facebook blueprint: cursos de marketing online



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up



Análisis digital de empresas



Google Analytics

[Google analytics](#)

- herramientas gratuitas para el análisis de datos
- conocimientos y aprendizaje automático

En un rol como **analista digital de empresas** debes tener conocimientos de:

- procesos estratégicos de negocio
- experiencia del cliente
- procesos ágiles
- compromiso de los interesados
- uso estratégico de los datos
- uso general de la tecnología
- gestión de producto



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Habilidades digitales imprescindibles para crear la marca de tu start-up



Diseño digital

Una buena marca necesita un diseño consistente.

Esta habilidad es probablemente la más compleja, ya que exige conocimientos de diseño gráfico. Si no eres un diseñador profesional, familiarízate con las herramientas que pueden ayudarte:

- diseño web
- diseño de landing pages
- diseño de aplicaciones
- diseño de infografías
- diseño de correos electrónicos
- anuncios publicitarios
- diseño de páginas de redes sociales
- creación de eBooks
- diseño de plantillas de PowerPoint



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 4: Llega más lejos con tu estrategia de marca

Principales retos

El branding implica un conjunto de áreas comprometidas. Digamos que a veces puede confundirse con tu estrategia empresarial. Estos son algunos de los retos a los que probablemente te enfrentarás en este camino empresarial.

RETOS COMO OPORTUNIDADES PARA APRENDER Y CRECER	
<i>Recursos limitados para empezar</i>	Utiliza herramientas online gratuitas, hay muchas opciones desde las que puedes empezar a aprender
<i>Tiempo extra para obtener resultados visibles</i>	Céntrate en el trabajo esencial e ir paso a paso
<i>Demasiadas opciones digitales</i>	Tómate tu tiempo para analizar qué es lo que mejor se ajusta a tu propósito y así reducir tus opciones
<i>“Pies fríos” (miedo de principiantes)</i>	Confía en tu historia personal y utilízala para construir tu marca
<i>¿Cómo empezar?</i>	Explora estudios de casos prácticos y aprende de esas experiencias

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 5: Casos prácticos -Uber y Airbnb-



Categoría

Viajes y transportes –
empresas de taxis; economía
colaborativa

Propietario de la marca
[Uber Technologies, Inc.](#)

Principales competidores

Lyft, myTaxi

Declaración de intenciones de Uber

... Imagínate una ciudad en la que el tráfico circule con suavidad y tranquilidad, incluso en las horas punta: este es mi sueño... Esta es nuestra visión definitiva del futuro... Un transporte más inteligente con menos coches y mayor acceso". Aspiramos a que el transporte sea tan fiable como el agua corriente, en todas partes y para todos. (Travis Kalanick, cofundador).

Tagline inicial *El conductor privado de todos*

Campaña de eslóganes 2020 *Lo que te mueve a ti nos mueve a nosotros*

Identidad visual <https://brand.uber.com/guide>

Branding para el emprendimiento digital

Unidad 5: Casos prácticos -Uber y Airbnb-



Categoría

Lodging and hospitality; sharing economy

Propietario de la marca

[Airbnb, Inc.](https://www.airbnb.com)

Principales competidores

Booking.com, Couchsurfing, TripAdvisor, HomeAway

Declaración de intenciones

La misión de Airbnb es ayudar a crear un mundo en el que se pueda pertenecer a cualquier lugar y en el que la gente pueda vivir en un lugar, en lugar de limitarse a viajar a él.

Tagline inicial *Vive como un local*

Tagline actual *Pertenece a cualquier lugar*



Identidad visual



Branding para el emprendimiento digital

Unidad 5: Casos prácticos -Uber y Airbnb-



La imagen actual de Uber está totalmente centrada en las personas. Las imágenes de su sitio web reflejan esta proximidad: el mensaje es cualquiera puede usar Uber



Airbnb ha creado la experiencia de sus clientes como historia central para dar forma a la identidad de marca de la empresa.



HABILIDADES DIGITALES PARA CONSTRUIR Y POSICIONAR LA MARCA DE LAS START-UPS



Branding para el emprendimiento digital



Deep.

GRACIAS POR TU ATENCIÓN

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union