



Comunicación de Marca

Objetivo: Conectar con los públicos

52%

de la reputación de una marca procede de la **INTERACCIÓN ONLINE**¹

48%

de los usuarios en España **SIGUEN ALGUNA MARCA** en redes sociales²

66%

de las personas **AUMENTA LA CONFIANZA EN LAS MARCAS** al tener perfiles en redes sociales³

La comunicación de marca es la acción que todos los negocios realizan para **establecer conexión entre sus marcas y sus públicos** de interés a través de los diferentes canales como redes sociales, publicidad o relaciones públicas.

Las marcas deben aportar valor a los públicos y que ese valor sea necesario para el usuario, que le sea de utilidad.

Sin conexión no hay verdadera comunicación.

Generamos conexiones a través de la confianza. Hemos pasado de la atracción a la conexión gracias a la atención. Y los humanos mostramos atención sobre las cosas o temas que nos aportan algo.

Referencias:

1. Hubspot. | 2-3. IAB Spain y Elogia.

¿En qué te puedo ayudar?

Siempre comunicamos ya sea de manera verbal o no verbal. Tener una estrategia clara, de que temas de contenido se pueden tratar o no, es fundamental para generar conversaciones dentro o fuera de Internet.

Be social or die.

El principio que vertebra toda acción de comunicación es el mensaje, lo que se quiere transmitir. La información que envía el emisor al receptor a través de algún canal. Lo que nos importa es la conexión.

Plan de Contenidos

Estrategia de temas de conversación afines entre la marca y la audiencia.

CONECTA A TRAVÉS DE INTERESES COMUNES

Creación de Copys

Diseño de mensajes para medios propios y pagados.

CONVENCE CON LA VERDAD

Mensajes Corporativos

Adaptación de los mensajes de negocio con la identidad de marca para ser coherentes y consistentes.

NOS PERMITE GESTIONAR LA IDENTIDAD VERBAL