



Crea una identidad para tu negocio

Dr. Ivan Misner

Crear una identidad fuerte y diferenciada para tu empresa es de vital importancia en el panorama competitivo actual. La identidad de tu empresa va más allá de tu logo y los colores de tu marca; se trata de la imagen que proyectas, de cómo te posicionas y de la impresión que dejas en tu público objetivo. Jeff Davidson, autor de "Marketing on a Shoestring", señala que vivimos en la era de la imagen, y el impacto de la imagen de tu empresa es innegable. Tu éxito, independientemente del tamaño de tu empresa, depende en gran medida de cómo te posicionas y de lo que proyectes.

El concepto de posicionamiento fue popularizado a principios de los ochenta por Al Ries y Jack Trout. Señalaron astutamente que en la sociedad sobrecomunicada de hoy en día, en realidad se comunica muy poco. Para abrirse paso entre el ruido y crear una impresión duradera, una empresa debe crear una posición única en la mente de su público objetivo, reconociendo que la comunicación más eficaz se produce cuando se sitúa en el lugar y el momento óptimos.

Ser el "primero" es una de las formas más eficaces de establecer una posición en la mente de alguien. Piensa en Neil Armstrong: fue la primera persona que pisó la Luna, un hecho universalmente reconocido. Sin embargo, si intentas nombrar a cualquiera de los astronautas que pisaron la Luna en misiones posteriores de la NASA, probablemente te quedarás en blanco. Esto demuestra el poder de ser el primero: Es memorable y perdurable.

Cuando posicionas eficazmente tu empresa, ahorras tiempo y recursos porque tu mensaje es claro y los demás comprenden rápidamente lo que tu empresa representa y ofrece. Cada encuentro de networking, cada anuncio, cada mensaje, cada empleado y cada centímetro cuadrado de tu oficina deben contribuir a transmitir un tema coherente y memorable a tu mercado objetivo.

La identidad que desarrollas para tu empresa debe ser única y adaptarse a tus objetivos y valores específicos. Puede que tu objetivo sea convertirte en líder de un sector en auge. Tu negocio puede ser conocido por estar abierto las 24 horas del día, los 7 días de la semana, o puede ser un establecimiento exclusivo, sólo con cita previa. En el

entorno actual, vertiginoso, cambiante y altamente competitivo, crear una identidad distintiva no es sólo una opción, es una necesidad para sobrevivir y crecer.

El posicionamiento puede ayudarte a crear una identidad y mantener un lugar seguro en la mente de aquellos a quienes deseas servir.

Empieza por responder a tres preguntas fundamentales:

1. ¿Qué vas a ser?

Define tu propósito y tus valores fundamentales. ¿De qué trata tu negocio? ¿Qué representa y cuáles son tus objetivos a largo plazo?

2. ¿Qué vas a ofrecer?

Ten claros los productos o servicios que ofreces. ¿Qué los hace únicos o mejores que los de la competencia? ¿Qué problemas resuelven a tus clientes?

3. ¿A quién se lo vas a ofrecer?

Identifica a tu público objetivo. ¿Quiénes son las personas u organizaciones que más se beneficiarán de lo que ofreces? ¿Cuáles son tus necesidades, preferencias y puntos débiles?

Una vez que tengas una visión clara de estos aspectos, puedes empezar a elaborar la identidad de tu empresa. Esta identidad debe impregnar todas las facetas de tu empresa, desde tus materiales de marketing y tu sitio web hasta tus interacciones con clientes y empleados. La consistencia es clave.