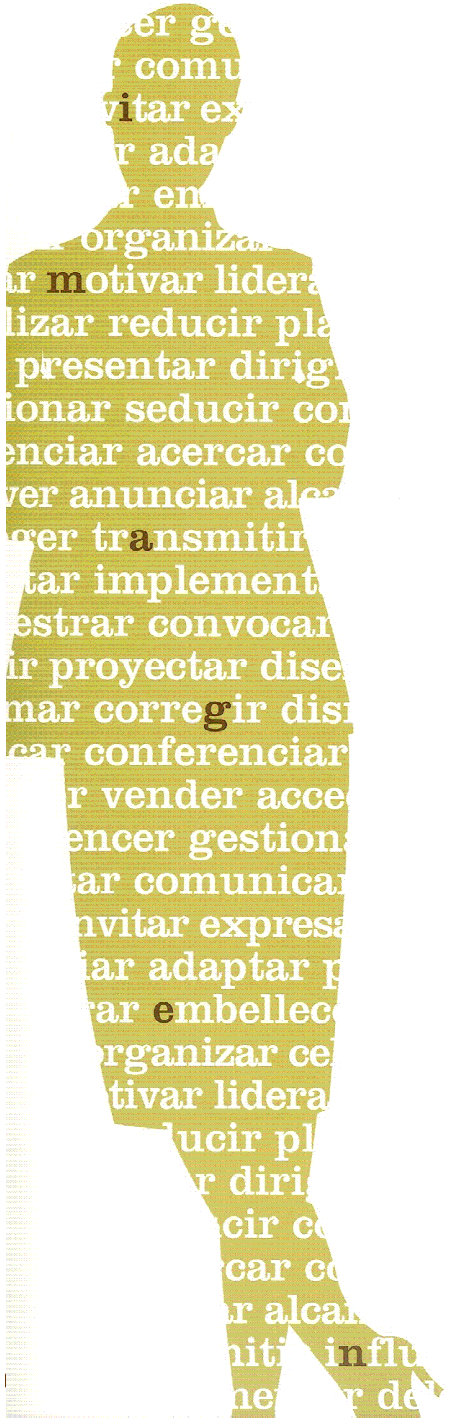


LA IMPORTÀNCIA DE LA IMATGE CORPORATIVA A LES EMPRESES.

ACO|OJA

Asesoría de Imagen Integral

Què ens transmet Imatge?



Una idea



Una estratègia



Un acte



Una Institució



Una empresa



L'atenció al públic.



Els equips comercials.



Els actes institucionals.



Els logotips de les empreses.



La Imatge de les persones.



Els plans de màrqueting.



L'interior de les entitats.



Les habilitats socials.

LA TEVA IDENTITAT, EL VALOR DEL TEU NEGOCI

QUÈ ÉS UNA MARCA?

La nostra imatge de marca de negoci es deu transformar en:

Promesa de satisfacció

El meu negoci



Els meus clients/tes

signe que opera a manera de contracte

La gestió de la identitat de la marca es l'activitat de "estira-i-arronsa" entre productors i consumidors per a DEFINIR aquesta PROMESA i el seu significat.

Fulla etiquetes

LA TEVA IDENTITAT, EL VALOR DEL TEU NEGOCI

PERQUÈ ÉS TAN IMPORTANT LA IDENTITAT DE LA TEVA EMPRESA?

Perquè que un producte o servei tingui identitat de marca, ha d'explicar al client ***qui*** és el servei, tant mateix ***què fa y perquè*** els hauria d'interessar als consumidors el que fa .



ACCIONA
Asesoría de Imagen Integral

Les persones mitjançant la seva Imatge exterior














Les persones, en el desenvolupament de les seves HHSS, expressió verbal i no verbal. El Saber Estar.













1 La Imatge como a primer acte de comunicació.

2 Predisposa per a les següents etapes en la transacció e intercanvi d'idees.

3 Tractament de la Imatge Corporativa como a Missió.

4 Comunicar la Identitat Corporativa.

5 L'empresa es dota d'elements identificatius.

6 Representa amb eficàcia els seus Valors, Principis, Ètica i Prestacions.

LA TEVA IDENTITAT, EL VALOR DEL TEU NEGOCI

CONSTRUIR IMATGE FERMA EN UNA EMPRESA, LES PERSONES



Les persones en el procés de vida i extensió de la Imatge de la Empresa.

•Els col·laboradores deuen ser instruïts per a seguir i viure la forma de ser de la empresa.
•Deuen ser coherents amb la marca quant a imatge, professionalitat, coneixements, educació, caràcter, atenció, servei...
•Quan falla un col·laborador, falla la empresa.
•La credibilitat del col·laborador és factor clau per a maximitzar el desenvolupament de la empresa.







ÀREES DE L'EMPRESA QUE CONFIGUREN IMATGE

- Imatge Arquitectònica Urbanística.
- Imatge Arquitectònica Facial i Estructural.
- Imatge Arquitectònica de l'Hàbitat.
- Imatge Organitzativa.
- Imatge de les Estratègies.
- Imatge Iconogràfica.
- Imatge Col·lectiva.

LA TEVA IDENTITAT, EL VALOR DEL TEU NEGOCI

ELEMENTS QUE COMPONEN UNA MARCA



•El primer contacte que tenim amb un producte o servei és visual.
•Encara no hem comprovat els beneficis de les virtuts que aquest diu d'ell mateix.
•Aquesta primera impressió visual, auditiva o tàctil ens avança una informació molt potentment envers la marca.
•Després serà molt difícil reconduir les associacions inicials en cas de que siguin contradictòries amb l'essència de la marca.
•Per aquest motiu la identitat visual de la marca ha de ser treballada acuradament per el seu paper introductori de consciència que té davant el client.

Colgate

Gallina Blanca

Buena Vista International

TOUS

ROLEX

MAPFRE

Nestlé La Lechera

EL SÍMBOL.

•És una Icona, Imagotips.
•Les Imatges són més fàcils de recordar que les paraules.
•Tenen un llenguatge universal.
•Contenen més significats que les paraules.

LA TEVA IDENTITAT, EL VALOR DEL TEU NEGOCI

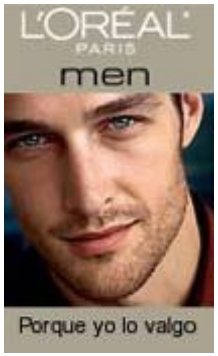
ELEMENTS QUE COMPONEN UNA MARCA

ESLÒGAN









Frase.
- Es tracta de la mateixa manera que el símbol o logotips.
- Complementa i incrementa els significats del nom.
- Ajuda a delimitar els missatges de la marca.
- És tou i pot anar variant amb el temps.
- Nom, Imagotipus i eslògan deuen sempre treballar junts i coordinats perquè funcionen correctament en la ment del consumidor.

ELS COLORS

Jóc: Colors i marques



















- Ens identifiquen.
- Posseeixen significats tradicionals i assignats al llarg dels anys.
- Els consumidors associen certs colors a certs tipus de serveis o productes.
- Estan presents en tots els suports de identificació visual corporativa de les empreses.
- El suport de major influència sobre el consumidor quant el color, són les persones.

exemple salvat

ÀREES DE LA EMPRESA QUE CONFIGUREN IMATGE

On s'ha de plasmar la Imatge Visual?



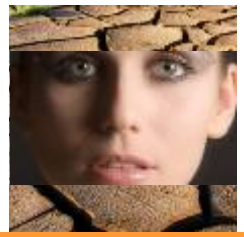
- **Marca i Logotip.**
- **Retolació externa i interna.**
- **Material imprès: targetes, cartes, factures...**
- **Suports digitals: webb, news letter, splash, power-point...**
- **Suports de márketing i comunicació: gadget's, catàlegs, video/catàlogs, displays...**
- **Packaging, identificadors.**

LA TEVA IDENTITAT DE MARCA, EL VALOR DEL TEU NEGOCIO, LES PERSONES.





Aspecte del cabell

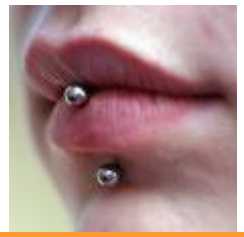
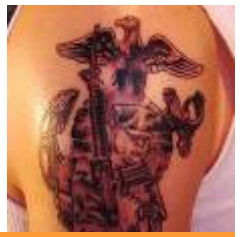




Aspecte de la pell





Maquillatge

Tattos i piercings





Decoració facial homes





Indumentària





Olors i perfums





Cura de les mans

LA TEVA IDENTITAT DE MARCA, EL VALOR DEL TEU NEGOCI, LES PERSONES.

Habilitats Socials



- La salutació
- Entrar i sortir dels espais
- Asseure's
- Escolta activa
- Protocol
- Assertivitat
- Retroalimentació
- Proxèmica

Expressió Verbal



- Parlar i escoltar
- Escriure
- Entrebancs a la comunicació
- La forma de comunicar-se
- Coneixement del llenguatge, Lèxic i sintaxi
- Coneixement del tema
- Capacitat de síntesi

Expressió no verbal



- Ús de la veu
- El somriure
- La mirada
- Gesticulació
- Moviments
- Les postures
- Caminar
- Les mans

VOSTES TENEN UN CARMEL



BUSQUEM EL MILLOR EMBOLCALL