



MASTERCLASS

CÓMO ALINEAR TU MARCA Y TU PRODUCTO

Por Neus Tarrés

Masterclass



Autenticidad, coherencia y consistencia

Neus Tarrés
Dirección Hotelera



[linkedin.com/in/neustarres/](https://www.linkedin.com/in/neustarres/)

“

**Autenticidad, coherencia y
consistencia crean marcas con peso**



¿Has visto algún **logo que no encaja** con el tipo de servicio o producto que te están ofreciendo?

¿Cuál es la **diferencia entre lo viejo y lo antiguo**? ¿puede lo antiguo o lo clásico estar de moda?



Persona**1st**

GOSTELTUR
ACADEMY

Ponte en el lugar de tu cliente

¿Cómo crear una marca con impacto?

- Es un ejercicio consciente
- Requiere de un trabajo metodológico
- Nos da como resultado una marca auténtica, coherente y consistente sobre la que construir la experiencia
- Nos permite incrementar la pregnancia de la marca llegando al lado emocional de las personas
- Nos incrementa la elasticidad del precio
- Debe ser parte de nuestra planificación estratégica

¿Qué es el marketing y para qué sirve?

EL CÍRCULO DORADO



El Marketing diseña marcas y productos para cubrir las necesidades del consumidor.

Debemos tener claro cuál es nuestro propósito y definirlo así en nuestra visión y misión.

Tendencias generales del nuevo consumidor

- El Diseño importa
- La Digitalización es indispensable
- Incorporamos un consumidor digital Novato
- Regalamos y queremos vivir Experiencias
- Trabajo remoto
- El Tiempo es un bien muy preciado
- La Sostenibilidad es un must
- Es un consumidor Colaborativo

Una marca y toda su organización deben tener claros:

- Su visión, su misión y sus valores
- Su personalidad
- Su propuesta de valor diferenciada



¿Para qué?

- Construir cimientos
- Marca visual alineada con sus principios
- Objetivos de transformación e innovación
- Planes estratégicos
- Experiencias coherentes y consistentes
- Plan de comunicación



Tu plan de comunicación verbal



¿Sólo comunicamos promociones?



Tu plan de comunicación verbal

Agente de reservas:

¿Para cuándo quiere su reserva señor Rodrigo?

Recepcionista:

Buenos días Rodrigo, tu habitación es la 505.





Tu plan c

r

Los logos

Por ej. cuidado c
mar, pero el azul
la limpieza sanit

Persona1st

Persona1st

COLOGÍA COLOR

peligro, amor, ión, ira, moción,	Azul Seriedad, integridad, sinceridad, calma, lealtad, confianza, estabilidad, inteligencia, serenidad.	
imiento, rgánico, salud, ación.	Amarillo Calidez, amabilidad, positivismo, alegría, felicidad, creatividad, espontaneidad, gloria, éxito, diversión, vitalidad.	
versión, nergía,	Morado Lujo, realeza, sabiduría, dignidad, misterio, misticismo, sofisticación, elegancia, vanidad.	
ifancia, bilidad, ncanto,	Marrón Acogedor, estabilidad, calidez, rústico, robustez, naturaleza, tierra.	
espeto, pureza, za.	Negro Elegancia, sobriedad, poder, lujo, exclusividad, poder, prestigio, muerte.	

OSTELTUR
ACADEMY



Tu plan de comunicación no verbal



Persona1st

Una marca joven con una imagen anticuada no es coherente



Los uniformes

GOSTELTUR
ACADEMY



Tu plan de comunicación no verbal



Una marca renovada
que no ha actualizado
su producto no es
coherente



El diablo está
en los
detalles





Un buen anuncio

Diseño alineado con la marca

Una experiencia desalineada

Expectativas no cumplidas

Volvemos a invertir

Marketing muy caro

Ciente NO repetidor

Marketing muy caro

Persona1st

Ciente NO repetidor

OSTELTUR
ACADEMY

La escucha

No olvides medir el resultado
para pivotar tu estrategia.



6 puntos a recordar

1. Diseña los lineamientos de tu marca con un propósito **Auténtico**
2. La marca delimitará tu plan estratégico y sus lineamientos deben drenar en la organización
3. Diseña el producto y la experiencia **Coherente** con el propósito y características de la marca.
4. Diseña un plan de comunicación **Coherente** y alineado con tu propuesta de valor y tu marca
5. Se **Consistente** en forma y tiempo
6. Mide el impacto de tu marca



Conclusión

**Una marca auténtica, coherente y consistente
consigue mayor peso y pregnancia en el
subconsciente del cliente**



“

¡Te veo en la próxima cápsula!



[linkedin.com/in/neustarres/](https://www.linkedin.com/in/neustarres/)