

MARCAS DIGITALES



clauribe.co

Valores en la estructura de la marca

Reputación de marca	Imagen de marca	Valores	Variables	Características
		Funcionales	Calidad Garantía	Propiedades próximas a la esencia del producto.
	Emocionales	Relevancia Identificación	Valores que atribuye el usuario al producto.	
		Sociales	Ética Responsabilidad social corporativa	Concepto integrador y multidimensional para el consumidor

Fuente: *E-branding: posiciona tu marca en la red* (2008, p. 51).

¿En donde?

MEDIOS PROPIOS

(canales de la marca: sitios web, newsletter, e-books, etc.)

MEDIOS GANADOS

Canales creados por los clientes:
comunidades de marca.

MEDIOS PAGADOS

Los que compramos: display ads, comerciales, etc.

Medios de Intercambio

Son fruto de la colaboración: Blogs, videos, etc.

Medios compartidos

Trabajan juntos para crear, compartir y promocionar contenidos a partir de comunidades de seguidores.

Estrategia

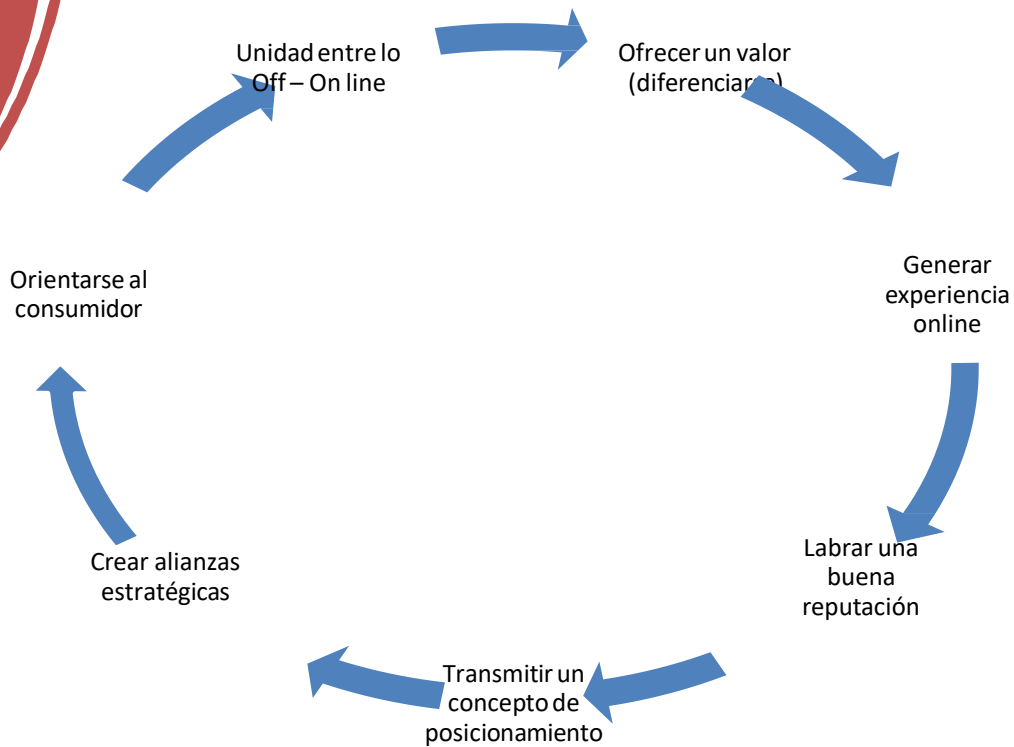
- Entender la travesía de la decisión del consumidor.
- Determinar que puntos de contacto son prioritarios.
- Asignar los recursos (de acuerdo a lo anterior).
- Unificar los canales.



Determinar

- Lo que hacen los usuarios: para comprar ese tipo de producto o servicio.
- Lo que ven los usuarios antes de comprar.
- Lo que dicen los usuarios de la marca: lo bueno, lo malo y lo feo.

Se
propone





GoPro ✓

10,6 M de suscriptores

INICIO

VÍDEOS

LISTAS

COMUNIDAD

CANALES

INFORMACIÓN



GoPro HERO10: Backyard Moto with David Rinaldo

GoPro ✓ 46.944 visualizaciones · hace 6 días

Nobody has a better backyard than GoPro Athlete David Rinaldo 🏠 Peep his playground in HyperSmooth from GoPro HERO10 Black 📸 ProTip: The higher your frame rate, the more you can slow...

vidas

▶ REPRODUCIR TODO





Coca-Cola ✓

@cocacolacolombia · Alimentos y bebidas

Enviar mensaje

¡Hola! ¿Cómo podemos ayudarte?

[Inicio](#)

[Videos](#)

[Fotos](#)

[Tiendas](#)

[Más](#) ▼

Me gusta





CLARAURIBE.CO