Redefiniendo la marca

¿Cómo se puede revitalizar una marca? ¿Necesita redefinir su valor de marca? ¿Está adaptada a los nuevos segmentos de clientes? ¿Qué elementos componen una buena marca? Hay momentos en que una marca necesita un Brandtuning, es decir, "afinar" sus valores, sus atributos e incluso su identidad visual en función de los nuevos perfiles de clientes. Sin una marca afinada, sus clientes no podrán reconocerle.

La conquista de ese espacio crítico en la mente del consumidor que configura el posicionamiento de marca constituye una carrera de fondo. Superado ya el marketing de masas, un nuevo enfoque en las Estrategias de Marcas y Posicionamiento se ha convertido en un elemento fundamental de cualquier campaña de Marketing. El cliente, cada vez más informado y exigente, pide cada ve más a su marca para brindarle su lealtad y fidelidad.

Las marcas al servicio del cliente

Un buen producto o servicio, o una adecuada red de distribución no bastan para garantizar el éxito. Las empresas que aspiren a posicionar su marca como líderes deben buscar nuevas fórmulas para auditar constantemente sus marcas, la efectividad de sus mensajes, los atributos percibidos, y los segmentos a los que van dirigidos. Daemon Quest puede ayudarle a:

- **Auditar su posicionamiento.** ¿Sabe realmente cuál es el posicionamiento de su marca en la mente del cliente? Quizás se sorprenda al averiguar que no siempre coincide lo que piensa un cliente con los supuestos valores que la marca asegura representar. Si no está llegando a los segmentos de clientes de más valor para su marca, quizás neceiste poner en marcha una auditoría de su branding.
- **Reconstruir su marca.** A veces una marca necesita ser reinventada por completo para volver a ser una referencia para el cliente. Algunas empresas lo han logrado gracias a su giro hacia un enfoque total de cliente que les ha permitido introducir nuevos atributos y valores capaces de llegar a los segmentos críticos.
- **Incrementar su valor.** Una marca siempre debe ser capaz de crear nuevos mercados a través del cliente influyendo en cómo piensan y en qué necesitan. Sólo así podrá incrementar su valor, lo que se traduce en márgenes más elevados, menores costes de captación y retención de clientes y, en definitiva, una mejora en la cuenta de resultados.

Consúltenos sobre nuestra metodología de Brandtuning.