

Taller de Branding y Construcción de Marcas para MIPYMES

Duración total: 4 horas (1 hora por módulo)

Modalidad: Presencial o virtual

Objetivo general:

Brindar a los participantes los conocimientos fundamentales para crear, fortalecer y posicionar su marca en el mercado, logrando diferenciarse de la competencia.

Este taller es ideal para **emprendedores y pequeños empresarios** que buscan hacer crecer su negocio a través de una marca sólida y bien posicionada

Módulo 1: Fundamentos del Branding (1 hora)

Objetivo: Comprender la importancia del branding en el desarrollo de una MIPYME y su impacto en el crecimiento del negocio.

Temas:

- ¿Qué es el branding? Conceptos clave.
- Diferencia entre marca y branding.
- El impacto del branding en la percepción del cliente.
- Casos de éxito de branding en MIPYMES.

Actividad práctica:

Ejercicio de autoevaluación de marca: ¿Cómo perciben los clientes mi negocio?

Módulo 2: Identidad de Marca y Propuesta de Valor (1 hora)

Objetivo: Definir la identidad de la marca y desarrollar una propuesta de valor clara y diferenciadora.

Temas:

- Identidad de marca: nombre, logo, colores y tipografía.
- Voz y tono de la marca: cómo comunicar de manera coherente.
- Definición de la propuesta de valor: ¿Qué hace única a mi empresa?

- Psicología del color y su impacto en la marca.

Actividad práctica:

Creación de un moodboard de marca con los elementos visuales y mensajes clave.

Módulo 3: Estrategias de Posicionamiento y Comunicación (1 hora)

Objetivo: Aprender a posicionar la marca en el mercado y construir una comunicación efectiva con el público objetivo.

Temas:

- Definición del público objetivo y segmentación de mercado.
- Estrategias de diferenciación y posicionamiento de marca.
- Canales de comunicación: redes sociales, web, publicidad tradicional y digital.
- Storytelling: cómo contar la historia de tu marca de manera atractiva.

Actividad práctica:

Redacción de un mensaje clave de marca para su comunicación en redes sociales.

Módulo 4: Branding Digital y Gestión de la Reputación (1 hora)

Objetivo: Implementar estrategias digitales para fortalecer la presencia de la marca y gestionar su reputación en línea.

Temas:

- Creación y optimización de la presencia digital (redes sociales, página web, Google My Business).
- Branding en redes sociales: tono, frecuencia y contenido.
- Gestión de la reputación en línea: manejo de comentarios y crisis de imagen.
- Medición de impacto: herramientas para analizar el crecimiento de la marca.

Actividad práctica:

Análisis de presencia digital: revisión y optimización de perfiles en redes sociales.

Resultados esperados:

- Definición clara de la identidad y propuesta de valor de la marca.
- Aplicación de estrategias de diferenciación y posicionamiento.
- Mejora de la comunicación y visibilidad de la marca en medios digitales.
- Implementación de herramientas para fortalecer la reputación de la empresa.