



La imagen Corporativa como proyección

¿Qué es la imagen corporativa?

El significado de esta palabra alude a la apariencia, figura, representación o semejanza de algo concreto. Este tipo de representaciones visuales pueden realizarse a través de varios medios como las fotos, los cuadros, la litografía o el diseño gráfico. Para hablar de imagen corporativa también debemos mencionar el término corporativo, que alude a lo que pertenece o está relacionado con una empresa o corporación.

La noción de imagen corporativa

está asociada a la representación o figura de una gran entidad. El concepto alude a la forma en que el segmento consumidores percibe a la compañía, asociando determinados valores y percepciones a ella.

Los elementos más importantes que dan forma a la imagen corporativa de una empresa son los siguientes:

El nombre de tu empresa

**Elaborado a través de un
proceso de naming y
fundamental para despertar
sensaciones y percepciones
positivas en los usuarios
potenciales de tu target.**

El logo:

Este elemento puede estar constituido exclusivamente por texto o por el contrario, basarse en una imagen o combinar ambas cosas.

El eslogan.

Este pegadizo lema debe ser creativo, fresco, elemento diferenciador de la competencia, creíble y emblemático para tu negocio. Piensa en el “Impossible is nothing” de Adidas o “Porque yo lo valgo” de L’Oreal.

El sitio web

el cual debe contar con un dominio propio, y un diseño visual concreto y acorde a la imagen de marca, atractivo y realizado por profesionales.

El apartado estético y visual:

Aquí pueden ir todos los elementos de marketing directo que la empresa utilice incluyendo el vestuario de la plantilla. las tarjetas corporativas, los carteles o las revistas promocionales.

Nota:

Por otro lado, la imagen corporativa de una compañía también se compone de los diversos actos y eventos solidarios en los que esta participe, promocióne o patrocine.

Los agentes externos, como los medios de comunicación, los sindicatos o las organizaciones no gubernamentales y sus opiniones, así como las crisis de reputación o campañas de descrédito, también inciden en la empresa.