

# ¿Qué es Branding?

**Para entender el Branding basta con asociar una determinada emoción, sabor, y cualquier sensación una vez que observas una marca.**

Es una forma de administrar los recursos de tu proyecto en función de lograr una sensación favorable en tu receptor, que pudiera ser un cliente, usuario, [televidente](#), radioescuchas, entre otros.

Además, no se limita a una campaña, es una estrategia capaz de provocar un cambio social o al menos debe ser la intención principal.

## ¿Qué es el Branding?

**Es la estrategia que hay detrás de la marca, es todo lo que se puede gestionar para que tu producto tenga un crecimiento inteligente y que a su vez genere una transformación en el cliente, siendo más que una marca, una filosofía, un modo de ser y hacer las cosas.**

El Branding es el arte de comunicar algo para que pueda ser percibido a través de los sentidos del ser humano.

## ¿Cómo hacer un buen método?

Hacer un Branding exitoso requiere experiencia, no es una campaña que se realiza en un día con resultados inmediatos. **La [gestión de la marca](#) es algo que se realiza para que tu producto perdure en la mente de la sociedad por mucho tiempo.**

Administrar los recursos, conocer tu mercado, tener delimitado el alcance de tu proyecto, son apenas algunos de los elementos que debes tomar en cuenta para crecer con el Branding o Brand Management.



**La gestión del Branding no se trata de crear una imagen colorida, o crear un eslogan llamativo, se trata de una idea que sea capaz de generar un cambio positivo en las personas, que los mueva y que sean capaces de comprar, no para hacerse de un producto, sino para obtener la experiencia, para que comparta tus valores y emociones.**

## **Objetivo de esta estrategia**

**La trascendencia de la marca a través del tiempo es la premisa fundamental del Branding**, sin embargo, no es algo que se puede conseguir de la noche a la mañana, son procesos que pueden llevar un poco más de tiempo, pero que sin duda te traerán los resultados que esperas por parte de tus clientes.

La intención siempre estará centrada en la receptividad de tu público o cliente, por ello, deberás realizar análisis y mediciones de tus resultados.

## **¿Cuál es la diferencia entre Branding y «Marca»?**

Para entender la diferencia de estos dos conceptos lo primero que hay que destacar es que se entiende por **marca**.

Este concepto va más allá de un logo o un eslogan, la marca **es como te percibe tu entorno, tus clientes y la sociedad**, por ello, existen unas más grandes que otras. Todo dependerá de la estrategia, filosofía y valores de cada empresa.



Ahora, **el Branding es toda esa estrategia necesaria para hacer crecer tu marca**, cada elemento con intención de transformar una idea en acciones.

Por ello, la marca dependerá del branding, en pocas palabras, mientras mejor sea el branding más crecimiento y buena percepción habrá de la marca.

Ambos conceptos están estrechamente relacionados y en el mundo actual existen diferentes formas de llevarlo a cabo de forma efectiva.