

María Asenjo, Socia fundadora y Directora General de Oak Power PR

Los 10 ingredientes secretos del cóctel de la imagen de marca excelente

El secreto del éxito de la imagen de Marca es lograr visibilidad y alta reputación en el escenario 360 grados, según María Asenjo, Socia fundadora y Directora General de **Oak Power PR**.

POR MARÍA A SENJO, SOCIA FUNDADORA Y DIRECTORA GENERAL DE OAK POWER PR. viernes 09 de septiembre de 2016



MARÍA ASENJO

Las dos exigencias fundamentales para mantener una Marca en lo más alto del Pódium de la excelencia empresarial son lograr una amplia Visibilidad global, en el escenario 360 grados, acompañada de una Reputación lo más elevada posible. Una exposición excesiva de la Marca sin un tratamiento minucioso que la identifique con la excelencia en su nivel de percepción, normalmente es la receta perfecta que marcará el declive de dicha Marca.

Aunque no existen recetas o baritas mágicas para elaborar el cóctel del éxito, y los resultados en comunicación y marketing

siempre son el resultado de potentes, inteligentes y permanentes Estrategias Globales, en **Oak Power PR** hemos detectado que es necesario cumplir 10 claves para conseguirlo. Tanto para el lanzamiento de una Marca, como la consolidación y también mantenimiento de la misma en plena forma.



Esta es nuestra receta que tiene el éxito asegurado:

- 1) **Tener una presencia on line excelente**, tanto con información en Medios on line, como presentación web, en Redes Sociales y soportes publicitarios virtuales. Quien no tiene una presencia correcta en Internet no existe en el Escenario comercial del siglo XXI.
- 2) **Seguir teniendo una presencia equilibrada, tanto con información, como campañas de publicidad en los soportes tradicionales de papel.** El papel, aunque en retroceso, sigue siendo el soporte más valorado y que más credibilidad sigue transmitiendo al receptor.
- 3) **Actividad y presencia internacional, tanto en soportes, como iniciativas relacionadas con la actividad de la Marca y diferentes eventos.** Aunque la Marca aún no tenga presencia en mercados exteriores, es positivo que tenga un toque cosmopolita.
- 4) **Relaciones correctas, equilibradas e impecables con las Administraciones Públicas y resto de actores sociales.** Conservando y exhibiendo siempre la independencia, una cualidad enormemente valorada a largo plazo.
- 5) **Estar alejado siempre de temas relacionados con corrupción de todo tipo, de comportamientos inadecuados o escándalos financieros.** Nuestros Embajadores de Marca deben de tener una trayectoria impoluta en todos los sentidos.
- 6) **Cultivar la Filantropía y el compromiso social.**
- 7) **Tiempo de respuesta máximo a todos los receptores que tengan relación con nuestra Marca de 24 horas, sin incluir sábados y domingos.** Las puertas de entrada de peticiones de información, quejas y también felicitaciones se están multiplicando, (Redes Sociales, WhatsApp...) y tenemos que estar alerta para dar respuestas inmediatas. Se premia mantener una posición cercana con el público sirviéndonos de la multitud de soportes que tenemos.
- 8) **Gestión de crisis con transparencia y en tiempo real.** La opacidad y la demora de la respuesta tienen un precio muy alto en la imagen de Marca.
- 9) **Permanencia del nombre e imagen visual de la Marca.** Los cambios repentinos sin justificar hacen sospechar, pues normalmente encubren problemas financieros o de reputación. Los mercados son conservadores y valoran la historia impoluta de sus Marcas. Los cambios deben de estudiarse muy bien y ser razonables, de acuerdo con el espíritu de la Marca.
- 10) **No confiar en las recetas milagrosas.** La imagen de Marca sólo se consigue con un trabajo impecable y constante durante un tiempo mínimo de tres años, el que necesita el tejido social para