

**PERSONALIZAR
TU SITIO**

ELEMENTOS BÁSICOS DE BRANDING

El diseño gráfico y la imagen de tu marca es muy importante para conectar con tu público. Si bien es cierto que no soy una profesional en el tema, en el transcurso de mi experiencia he aprendido algunas cosas básicas sobre, branding, diseño gráfico y experiencia de usuario que me gustaría que tuvieras en cuenta.

Branding es la gestión estratégica de una marca, algo así como la personalidad de tu marca, lo que sienten, piensan y dicen de ella. Cuando una persona te cae bien o mal, de la misma forma las marcas caen bien o mal. Tu objetivo por supuesto es caerle bien a tu lector ideal.

Es importante saber que una marca no es simplemente un logo, sino toda la integralidad de lo que transmite tu nombre, negocio o servicio.

Las claves que debes tener en cuenta para la imagen de tu marca son 5C:

1. **Consistencia** debe transmitir exactamente los mismos valores y emociones en cualquiera de los canales en los que estés presente y debe ser uniforme.
2. **Constancia** esto quiere decir que no puedes trabajar tu marca un día si y el otro no, debes mantener tus estándares, según los traces, y permanecer en el tiempo.
3. **Coherencia** si tienes determinados valores, personalidad, carisma, metas, sueños y valores dentro de la marca de tu negocio debes ser fiel a ellos y mantener la coherencia. Por ejemplo, no puedes autodenominarte eco-friendly si no lo muestras de esa manera en tus acciones.
4. **Contenido** este punto es indispensable para la construcción de tu blog, porque es el que va a atraer a tu lector ideal y debe mantener en términos generales, el mismo tono y forma de comunicación.
5. **Confianza** generar empatía y cercanía con tu lector ideal es la clave para que ellos decidan llegar a ti, consumir tu contenido y por supuesto eventualmente convertirse en comprador de tu infoproducto o cualquier servicio que decidas ofrecer.

Ya conociendo esto te estarás preguntando y entonces ¿Cómo hago para definir mi imagen de marca?



GUÍA DE ESTILO DE MARCA

Los primeros pasos que debes seguir para crear una guía de estilo de marca son 7.

Pero espera, no quiero que te estreses pensando que necesitas un diseñador gráfico o que no puedes empezar si no tienes esto. Si bien es importante, también debes tener en cuenta que puedes definir tu guía de estilo empezando a establecer tu identidad visual y poco a poco ir las implementando. Así que empecemos:

PASO 1

Cuenta la historia de tu marca - Tu identidad

Una de las mejores maneras de conectar tu marca con tu lector ideal es a través del *Storytelling*, o contar historias, es por esto que la principal historia que debes contar es la de tu marca.

La historia de tu marca es el punto de partida para definir tu identidad y debe centrarse en lo que ella expresa, sus valores, la forma en cómo comunica sus conceptos e ideas y en las emociones que busca generar en las personas que interactúan con ella.

Este es el punto de partida que te ayudará a definir también tus elementos visuales, como fuentes, logotipos, imágenes, etc. Todo este material debe estar alineado para juntos transmitir integralmente la identidad de tu negocio.

Una herramienta que puede servirte para empezar a definir la historia de tu marca es la creación de tableros de inspiración en Pinterest o redes sociales de otras marcas para así ir organizando tu propia identidad.

PASO 2

Ponle el nombre a tu marca

En esta parte te contaré lo que debes tener en cuenta para tu guía de estilo, sobre ¿Cómo definir tu nombre? hablaremos más adelante.

Con tu identidad ya establecida y conociendo la historia que vas a contar, ahora debes definir tu nombre. Aunque tu nombre en realidad también hace parte de esa misma historia.

Aquí debes contar la forma en la que se te ocurrió la palabra o cómo llegaste a ella, por qué te identifica a ti o a tu emprendimiento y además la forma en cómo se debe presentar en cada contexto es decir en:

- tu blog
- redes sociales
- impresos
- guías
- presentaciones, etc.

Otras cosas que debes tener en cuenta para crear tu nombre son:

- Origen
- Valores
- Combinaciones
- Pronunciación o uso

Estas historias sobre tu nombre suelen gustar mucho a tu público y te hacen ver mas cercano y real para ellos. No temas ser muy poético o creativo al contar la historia de tu nombre, pues hace parte de tu marca.

PASO 3

Define tu logo y sus usos



Solemos creer que el logotipo es la parte principal de la imagen de una marca, sin embargo, solo es un elemento más en todo el conjunto, pero esto no le quita su importancia, porque es el elemento por el cual todos te van a relacionar de inmediato con tu negocio y tu meta es hacerlo relevante en relación a las demás.

Para esto primero debes evaluar tu competencia, para saber lo que está haciendo, conocer los colores y figuras que utiliza. De esta manera podrás destacar entre ellas sin desentonar. Esto te ayudará a que tus elementos de branding no se parezcan a tus competidores, pero que igual cumplan su objetivo.

Para ser relevante, tu logo debe ser:

- Coherente
- Único
- Específico

Esto quiere decir que debe relacionarse con lo que estás hablando a tu lector ideal, debe diferenciarte y por último debe estar alineado contigo y tu marca.

Además puedes agregar otras imágenes y símbolos secundarios alineados a tu marca, como nombres, por ejemplo, “youtubers”.

Para darle mucho más contexto a tu logo también debes definir sus usos incorrectos, es decir, los colores, fondos, tamaños, formas o espacios en los que no debe utilizarse.

PASO 4**Organiza la paleta de colores**



HEX: #904a80
RGB: 144, 74, 128
CMYK: 53, 86, 28, 0



HEX: #9C7660
RGB: 156, 116, 176
CMYK: 49, 67, 4, 0



HEX: #56BFDf
RGB: 86, 191, 223
CMYK: 68, 7, 16, 0

La paleta de colores es la que hablará de tu negocio sin que siquiera puedan ver tu logo. Tus colores son los que te harán un referente. Para empezar solo debes escoger 1 o dos colores principales que combinen con tu logo.

Sin embargo, también deberás tener una paleta de colores secundarios que puede abarcar hasta 5 colores. Esto con el fin de poder utilizarlos de diferentes formas. Por ejemplo para títulos principales, subtítulos, botones, entre otros elementos digitales o incluso físicos, que sean consistentes.

No olvides de incluir los códigos HEX, los valores RGB y los códigos de color CMYK, (estos puedes conseguirlos con herramientas como [ColorPix](#), en las que solo seleccionas el color con la pantalla, lo bloqueas con la barra espaciadora, y consigues estos códigos de color) para garantizar que los colores de tu empresa sean siempre los mismos en todos los medios de comunicación. Para lograr un uso consistente de los colores de tu marca en todos los contextos, proporciona toda la información que creas necesaria.

Si vas a utilizar texturas o patrones también puedes documentarlos en este ítem.

PASO 5**Selecciona las fuentes que te identifiquen**



Las fuentes son los tipos de letra que van a identificar tu marca, la tipografía, es importante porque le dan uniformidad a todos tus textos, en todos sus formatos. Si ésta no es apropiada será lo primero que llame tu atención. Para tener una buena experiencia de la marca, la guía de estilo debe incluir pautas a seguir para garantizar que se use una tipografía consistente en todos los trabajos.

Los tipos de letra que debes escoger como mínimos son para títulos y textos generales, en qué colores debe utilizarse y su grosor. En algunos lugares puede ser necesario usar una fuente en negrita, normal o light, pero debes especificarlo para tenerlo siempre en cuenta.

Si es posible, no dejes nada librado a la interpretación, ya que, si lo haces, es posible que ocurran más errores.

Una herramienta que puedes utilizar para esto es [Google Fonts](#), donde encontrarás todo tipo de fuentes con sugerencias de combinaciones para tu marca, que además son compatibles para cualquier tipo de sitio web.

Paso 6**Dale una voz a tu marca**

La voz en tu marca va a ser la que te va a permitir contar tus historias de una manera única, dedica tiempo a identificar cuál es el estilo de comunicación que va contigo. No temas en imprimirle algo o mucho de tu personalidad, pero pon tus propios límites.

Aquí puedes definir que compartes y que no compartes con tu público y le das una personalidad propia a tu marca. Una vez lo descubras aplícalo a todo e incluso crea y no temas en usar tus propias palabras aunque sean inventadas, esto genera confianza y cercanía. Y cómo te he recomendado desde el principio, documenta todo para que no haya lugar a suposiciones.

Es fundamental ser consistentes y utilizar los mismos nombres en todas partes, página web, redes

sociales, etc. Usar distintas denominaciones para el mismo elemento no sólo confundirá, sino que también podría hacerte perder usuarios.

Paso 7

Incluye elementos visuales

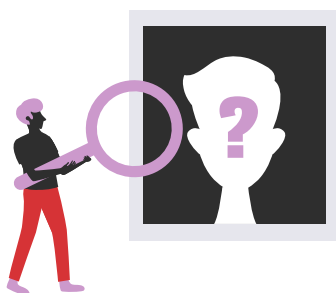


Por último, ten en cuenta que si vas a incluir elementos visuales como imágenes, iconos, gráficos o fotografías, asegurate que tengan el mismo estilo y que sean uniformes en todas las plataformas. No necesariamente tienen que ser de tu autoría, puedes utilizar plataformas donde puedes encontrar estos elementos gratuitos como [Freepik](#), [Unsplash](#), [Pixabay](#) o [Pexels](#) pero asegurate de delimitar los aspectos que te van a diferenciar de los demás y sus límites, para que la imagen que transmitas sea coherente y homogénea.

Todo lo relacionado con las imágenes, incluso el estilo, el color y el contenido, contribuye a la percepción de tu marca. Establece estas pautas en la guía de estilo. Muchos negocios no tienen en cuenta este aspecto y terminan perjudicándose a largo plazo, en especial, cuando se trata de las visualizaciones de datos.

DEFINIR UN NOMBRE

¿CÓMO HACERLO?



Ya anteriormente vimos cómo contar la historia de tu nombre y enmarcarla en la guía de estilo. Ahora vamos a ver algunas pautas, que te pueden servir para definir el nombre para tu negocio:

- **Claro:** El nombre que escojas para tu blog y tu marca debe ser claro, es decir, que debe estar relacionado con el objetivo de tu negocio, que tenga sentido, evita que parezca confuso.
- **Personal:** Una opción que puedes elegir para tu nombre es que cuente una historia personal tuya o de tu marca que sea particular, te identifique y llame la atención de tu lector ideal.
- **Atrapante y atractivo:** El nombre de tu marca debe conectarse con tu lector ideal y debe resonar en sus cabezas, escogelo de tal manera que llame su atención.
- **Entendible:** Hazlo fácil de pronunciar, que quienes lo escuchen puedan entender de qué se trata o puedan deducirlo. Evita que tenga números o caracteres irreconocibles.
- **Descriptivo:** Debes buscar que el nombre de tu blog venda la identidad de tu marca. Por lo tanto debe ser coherente y describir de lo que se trata.
- **Memorable:** Busca que tu nombre sea fácil de recordar y pueda permanecer fácilmente en el Top of mind de tu lector ideal.
- **Corto:** Trata que tu nombre no sea muy extenso, con el fin de que sea más fácil de recordar.
- **Moderno:** Evita que tu nombre siga sugere sugerencias desactualizadas, hazlo actual e imponente.
- **Único:** Encuentra la particularidad en tu nombre, que lo haga único e irrepetible.
- **Duradero:** Piensa en darle vigencia a tu nombre por mucho tiempo, así que no pienses en el ahora y proyéctalo para el futuro.

Algunas estrategias que puedes utilizar para crear tu nombre son:

- **Acrónimos:** Un acrónimo es un nombre formado por el inicio y el fin de dos palabras. Ejemplo: ADN (aceleradora de negocios).
- **Iniciales:** Puedes utilizar siglas de varias palabras que representen tu nombre. Ejemplo: Samva Network (Sandra Milena Vergara Alfonso).
- **Metáfora:** Con este método puedes utilizar palabras que se refieran a algún concepto específico de tu marca. Ejemplo La consultoría digital.
- **Aliteración:** Es un nombre donde se repite algún elemento varias veces, lo que lo hace más recordable. Ejemplo: A4 (Aprende, Aplica, Activa y Anuncia).
- **Creativo:** Un nombre creativo puede estar compuesto por cualquier palabra que pueda describir lo que ofreces o lo que haces. Ejemplo: Patoneando.

Ya tienes varias ideas y bases para crear tu nombre, ve a la guía para que puedas escogerlo.

**PERSONALIZAR
TU SITIO**

ENLACES ÚTILES

Seleccionador de color

[ColorPix](#)

Fuentes

[Google Fonts](#)

Bancos de imágenes

[Freepik](#)

[Unsplash](#)

[Pixabay](#)

[Pexels](#)