PROPÓSITO:

Que el estudiante justifique a partir de la teoría el nombre de la idea de negocio, el logo, eslogan, planteen los objetivos de la empresa y realicen un análisis del contexto y de la situación actual de la idea

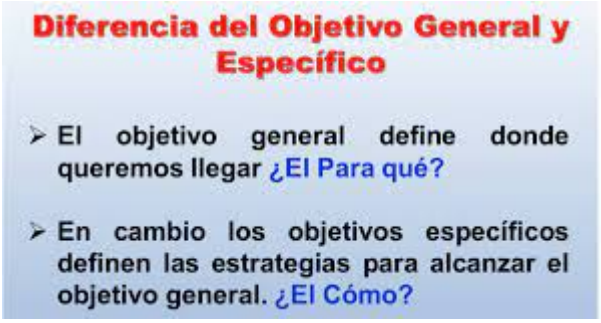
MOTIVACIÓN:





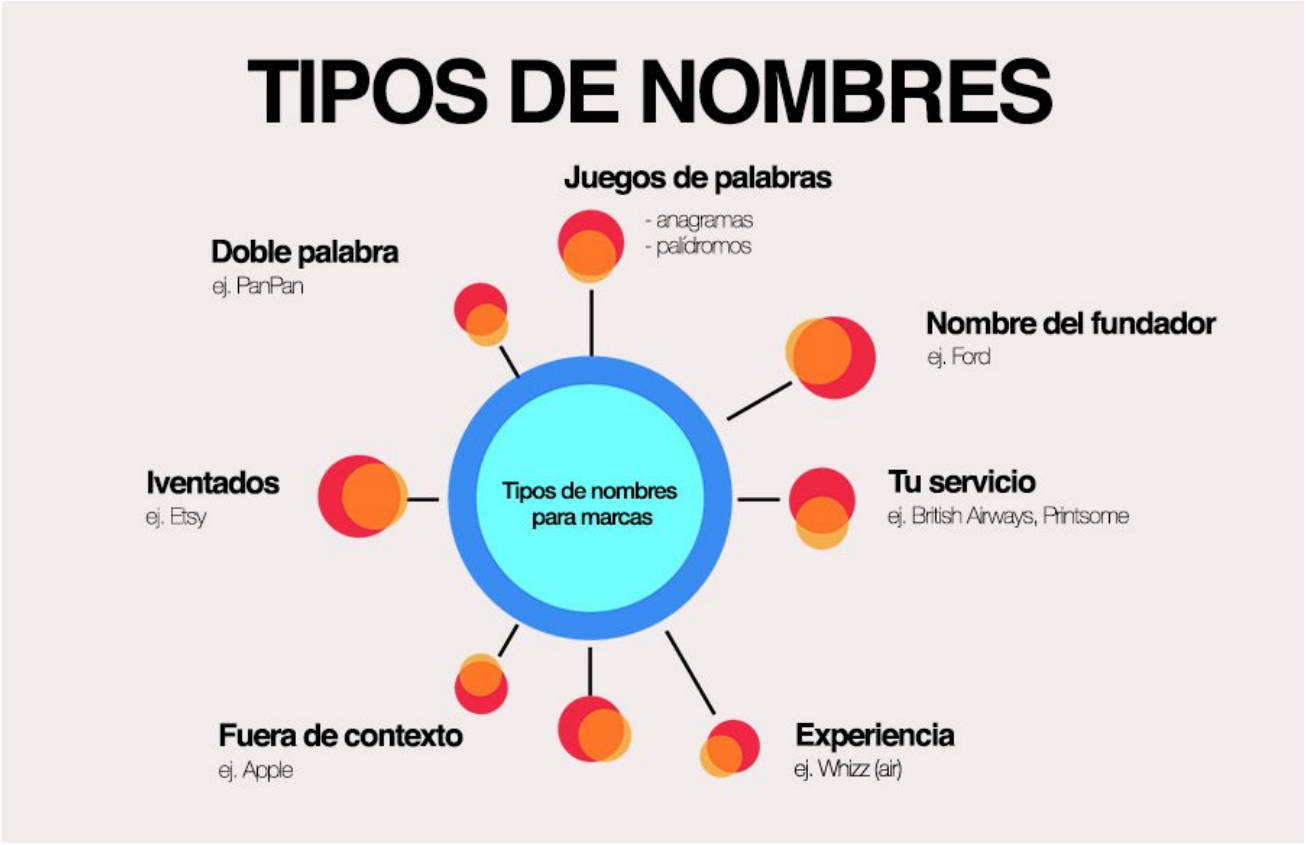
fb4b098314-objetivos-2.jpg





EXPLICACIÓN:

La identificación de la idea de negocio es muy importante, debido a que esta, será la forma de recordación que las personas tendrán para identificar y relacionar los productos o servicios con una marca en particular



10 Reglas para Elegir el Nombre de Una Empresa

1. Claridad: No mezcles los mensajes.
El sonido y el estilo del nombre de tu marca deben sugerir a que se dedica tu marca.

Por ejemplo, si el nombre de tu marca es ÑumÑum, esto sugiere comida. ÑumÑum no debe ser el nombre de una empresa de servicios financieros SaaS. Eso sería confuso y no mostraría compromiso.

Para alcanzar la claridad, arma una lista de las palabras clave relevantes para tu industria o nicho. Si estás creando una empresa de servicios financieros SaaS, quizás tengas una lista que incluya las palabras “números”, “hojas de cálculo”, “contabilidad” o “libros”.

Tener una mezcolanza de palabras relevantes activará tu cerebro para llegar a un nombre relevante.

Quizás Freshbooks llegó a su nombre de esa forma.

2. Descriptivo: El nombre de empresa debe vender la identidad de la marca.
Así como el nombre de la marca debe tener claridad, también debe ser descriptivo. El nombre debe describir la industria, actitud, enfoque y metas del negocio.

Esto no significa que el nombre de tu marca deba contener el producto o servicio. Más bien, debe capturar la esencia, la experiencia y los beneficios de la marca de una forma oblicua o sugerente.

Amazon, por ejemplo, eligió un nombre que connota un crecimiento masivo y un servicio que lo abarca todo.

3. Memorable: Necesita ser fácil de recordar.
El cerebro humano es notablemente malo para recordar nombres. ¿Por qué? El cerebro almacena nombres en su memoria a corto plazo o memoria operativa o de trabajo. En la vida ordinaria, nuestra memoria de trabajo se puede comparar a nuestro computador. Mantiene activa y presente por un tiempo la información en la que estamos trabajando, pero tiene muchas ventanas abiertas y el sistema empieza a fallar.

La desventaja de la memoria de trabajo es que no podemos seguir la pista de todo a la vez, entonces olvidamos algunas cosas.

Para ser memorable, el nombre de una empresa o marca debe contrarrestar la tendencia del cerebro para olvidar. ¿Cómo se logra esto? Anclando el nombre de marca a otro sentimiento, actitud o sensación.

Hay diferentes tipos de memoria. Si el nombre de tu marca puede estimular dos tipos de memoria – digamos, una memoria de sensación física y emocional – entonces es más probable que el cerebro lo recuerde.

Estas son algunas sugerencias para crear nombres para empresas memorables:

- Hacerlo corto (se discute abajo).
- Hacerlo único (se discute abajo).
- Utilizar palabras o sonidos familiares.

4. Corto: Necesita ser fácil de recordar.
Uno de los artículos más citados en psicología tiene este título casual: “El Mágico Número Siete, Más O Menos Dos”.

Los investigadores afirman que el cerebro no puede manejar mucha información a la vez. Aunque la capacidad final del cerebro es virtualmente ilimitada, enfrenta retos para almacenar, procesar y retener bits selectos de información simultáneamente.

No cargues el cerebro con mucha información. Un nombre de empresa corto aumenta lo memorable, la fluidez del habla, y atrapa a las personas.

Uber, IBM, Buffer, Apple – la brevedad es una belleza.

5. Sencillo: Hazlo fácil de pronunciar.
No trates de mezclar palabras al crear un nombre para tu marca que sea derivado de una palabra común. Esto sólo confundirá a las personas y puede hasta evocar malos recuerdos.

Aquí hay mucha tela que cortar. Si tu derivación es tan drástica que esencialmente crea una nueva palabra, podría estar bien.

Hipmunk, por ejemplo, es un nombre de marca que sacrifica la ortografía, pero viola la expectativa o la gramática convencional (¿Ves lo que hice?).

6. Modernidad: No sigas sugerencias desactualizadas.
Una marca debe tener un ambiente moderno para conectarse con las personas modernas. Pero, no debes llegar muy lejos en esa dirección.

¿Por qué no? Porque una marca que está de moda hoy en día podría estar completamente desfasada mañana. Debes buscar un nombre que perdure los próximos cinco años.

Los consejos anticuados para crear una marca incluyen identificar los nombres de marca disponibles y elegir un nombre de marca basándose en eso. Esto ya no es tan importante como lo fue una vez, en particular por los avances de las señales de SEO y marca.

Deberías escoger tu nombre de marca estratégicamente, pero no debilites tu nombre de marca por la disponibilidad de nombres.

7. Único: Sí, tiene que ser único.
Hay razones neurológicas por las que tu marca debe ser única. Siempre y cuando no sea muy extravagante, una marca única se queda en la mente de las personas.

Sin embargo, las razones comerciales para que una marca sea única son aún más atractivas. Cuando una empresa entra en el mercado, compite por un lugar entre la mente del público meta. Si no capta su atención, está condenada.



COMO CREAR UN LOGOTIPO





Consejos y pasos para diseñar un buen logotipo, con ejemplos

10 enero, 2020 por Arturo García

Diseñar un logotipo puede parecer algo rápido y fácil, de hecho algunos clientes intentan ahorrarse un dinerillo haciendo ellos mismos el logotipo de su empresa en vez de contratar a un diseñador profesional, sin embargo, hacer un logo de buena calidad tiene su dificultad.

En esta entrada te doy un listado con las preguntas que deberías hacer al cliente antes de empezar a diseñar, te enseño cómo crear un logo paso a paso desde cero y veremos algunos trucos para conseguir un resultado 10.

Además te explico cómo diseñar tu propio logotipo, que no siempre es tan fácil como hacer el logo de una empresa.

Antes de entrar en materia debes entender que un buen logotipo refleja los valores de la marca mediante el uso de formas, colores y tipografías. Su objetivo es inspirar confianza y reconocimiento y ayuda a la empresa a desmarcarse de la competencia. Debemos ser muy cuidadosos a la hora de diseñar un logotipo ya que si está bien hecho cumplirá su función y nos reportará beneficios, pero si no es así el efecto será el contrario, un logotipo mal hecho dará sensación de abandono y falta de seriedad.

Personalmente siempre que veo un logotipo “chapucero” pienso que si esa empresa cuida los demás aspectos de su negocio igual que cuidan su imagen corporativa mal vamos...

¿Qué impresión te da una empresa que tiene uno de estos logotipos?













Tabla de contenidos [Ocultar el índice]

- ¿Qué es un logotipo?
- Características principales que debe tener un buen logotipo
- Antes de empezar a diseñar
- 10 ejemplos de logos de empresa acertados
- Cómo hacer un logo
- 7 consejos para diseñar tu propio logotipo
- Aplicaciones online gratuitas para crear tu logo de empresa
- Recursos gratuitos para crear tu logo
- Recursos premium para crear un logo profesional
- 10 Regalos para diseñadores gráficos

¿Qué es un logotipo?

Solemos utilizar la palabra logotipo para referirnos a cualquier representación visual de una marca, sea un icono, un texto o una mezcla de ambas. Sin embargo, esto no es del todo correcto. “Símbolo gráfico peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto”. Así define la Real Academia Española este concepto. Una definición bastante pobre y demasiado amplia.

En publicidad, se distinguen los siguientes “nombres de logotipos” o tipos de logos: logotipo, imagotipo, isotipo e isologo.

Logotipo

Un logotipo es la representación gráfica de una marca que está formada únicamente por letras. Por ejemplo, el de Coca-Cola, Disney o Canon.



Imagotipo

Es una representación gráfica que contiene un elemento pictográfico y otro textual. Por tanto, este último es legible y el primero no. Véase el imagotipo de la marca de impresoras Kyocera.



Isotipo

El isotipo es la representación visual de una marca cuando está formada por una imagen. No se puede leer, no hay texto. Es un distintivo que se reconoce a simple vista. El ejemplo más reconocible es la manzana de Apple.



Isologo

El isologo es la representación gráfica de una marca que unifica el elemento pictográfico y el textual en una misma imagen. El “logo” de Burger King es un buen ejemplo.

COMO HACER UN ESLOGAN

Dentro de las herramientas de marketing, el eslogan es una de las más poderosas, pues ayuda a incrementar los niveles de recordación en los consumidores y a diferenciarte de la competencia.

Su origen viene de una palabra gaélica escocesa que significa "grito de guerra".

Para que un eslogan resulte exitoso debes tener claro que representará un recordatorio constante respecto a lo que hace tu negocio. El éxito de un eslogan se ve cuando los clientes o prospectos lo repiten una y otra vez.

Un buen eslogan debe contener máximo ocho palabras, debe identificar claramente al producto o servicio, y resaltar los beneficios que lo hacen especial. Es una frase que atrapa, define y sintetiza en pocas palabras la idea conceptual de tu producto o servicio.

A continuación te damos algunos consejos al momento de pensar en tu nuevo eslogan:

Destacar tus propiedades respecto a la competencia

Piensa en ¿Cuáles son los elementos que no disponen los productos o servicios de la competencia? y crea una frase que lo represente.

OBJETIVOS

GENERAL Y ESPECIFICOS



EJERCICIOS:

1- INGREASAR A LOS BLOGS Y VIDEOS PROPUESTOS ASI COMO LEER LAS EXPLICACIONES Y SI ES NECESARIO CONSULTAR MAS BIBLIOGRAFIA

2- PIENSE EN 3 POSIBLES NOMBRES PARA SU IDEA DE NEGOCIO CON BASE EN LA EXPLICACION Y ARGUEMNTANDO CADA UNO

3- CREO EL BOCETO DEL LOGOTIPO DE SU IDEA DE NEGOCIO, DIBUJADO POR USTED, CON COLOR Y SIN USAR NINGUNA HERRAMIENTA DE INTERNET

4- ESCRIBIR 3 POSIBLES ESLOGAN ACORDES CON SU IDEA DE NEGOCIO, RECUERDE QUE ES UNA FRASE CORTA QUE PODRIA RIMAR PARA LLAMAR LA ATENCION

5- REDACTAR 1 OBJETIVO GENERAL DE SU IDEA O PROYECTO DE NEGOCIO Y 5 OBJETIVOS ESPECIFICOS

EVALUACIÓN:

REALIZAR EL TRABAJO A MANO, EN EL CUADERNO U HOJAS BLANCAS, TOMAR UNA FOTO CLARA Y SUBIRLO A LA PLATAFORMA, VERIFICAR COMO QUEDO

BIBLIOGRAFÍA:

Biblio

Como crear un nombre

https://www.logaster.com.es/blog/choose-business-name/

https://www.youtube.com/watch?v=VMthus_INfs

logotipo

https://www.arturogarcia.com/consejos-para-disenar-un-logotipo/

https://www.youtube.com/watch?v=MxDiBtDO6_U

ESLOGAN

https://www.entrepreneur.com/article/268482#:~:text=Un%20buen%20eslogan%20debe%20contener,de%20tu%20producto%20o%20servicio.

objetivos

https://www.emprendices.co/como-establecer-objetivos-en-tu-empresa/