

ACTIVACIÓN DE IDENTIDAD

PARA LA COHERENCIA ORGANIZACIONAL



Ivonne.

00 ¿A QUIÉNES LES SIRVEN?

DIRIGIDO A:

Equipos de gerencia de toda empresa que tenga una identidad de marca definida y desee activarla en la organización para generar coherencia.

01 ¿PARA QUÉ SIRVE?

OBJETIVO:

Previene crisis comunicacionales, consolida la imagen de marca hacia los distintos stakeholders, facilita la comunicación interna y disminuye la resistencia al cambio.

02 ¿QUÉ SE OBTIENE?

RESULTADOS:

Una guía digital de identidad Corporativa para el usuario que permite aplicar los valores de la marca en cada nivel asegurando la coherencia comunicacional hacia todos los stakeholders.

Highlights comunicacionales para replicar en situaciones claves como:

- Atención al cliente
- Ventas
- Reclamos
- Negociaciones
- Resolución de conflictos internos
- Presentaciones en medios de comunicación, entre otras.

Eje para dinámicas de transmisión de la identidad corporativa en equipos de trabajo.

“
Mortal como he nacido,
el porvenir intento ver.”

03 ¿CÓMO SE LLEVA A CABO?

METODOLOGÍA:

Paso 1: Revisión del material de identidad existente y entrevista de chequeo. (Brand Character, arquetipo, filosofía, tono de voz y valores comunicacionales)

Paso 2: Reunión con tomador de decisión para definir el equipo de trabajo (3 a 12 personas).

Paso 3: Taller de 2 horas (puede ser dividido en 2 partes).

Entrega digital de Borrador Guía de identidad corporativa para el usuario.

Paso 3: Reunión de revisión.

Entrega final en reunión de cierre y recomendaciones.

03 ¿CÓMO SE LLEVA A CABO?

METODOLOGÍA:

PARTE 1: Por qué y para qué comunicar quiénes.

- Beneficios de comunicar una identidad corporativa reconocida y visible.
- Ejercicio práctico en grupos: Detección de situaciones en las ha sido necesario una identidad reconocida.
- Highlights de situaciones claves para replicar en equipos de trabajo.

PARTE 2 Presentación de la identidad corporativa

- Brand character o identidad de marca.
- Manifiesto de filosofía de marca.
- Tono de voz y valores de marca.
- Ejercicio práctico: El poder de la semántica y el velo de los modelos mentales.
- Eje para dinámicas de transmisión de la identidad corporativa en equipos de trabajo.

04 CONSIDERACIONES

- La modalidad es definida previamente y puede ser presencial, online o híbrida.
- Requiere información estratégica de la empresa por lo que se firma un acuerdo de confidencialidad entre las partes.
- El tiempo total del proceso suele ser de 4 a 6 semanas.
- La guía para el usuario es digital en formato word o pdf y no incluye diseño gráfico.
- La tarifa base del proceso es de USD 1,100. En caso de haber realizado otro producto la tarifa es de USD 550.

¿QUIÉN SOY?

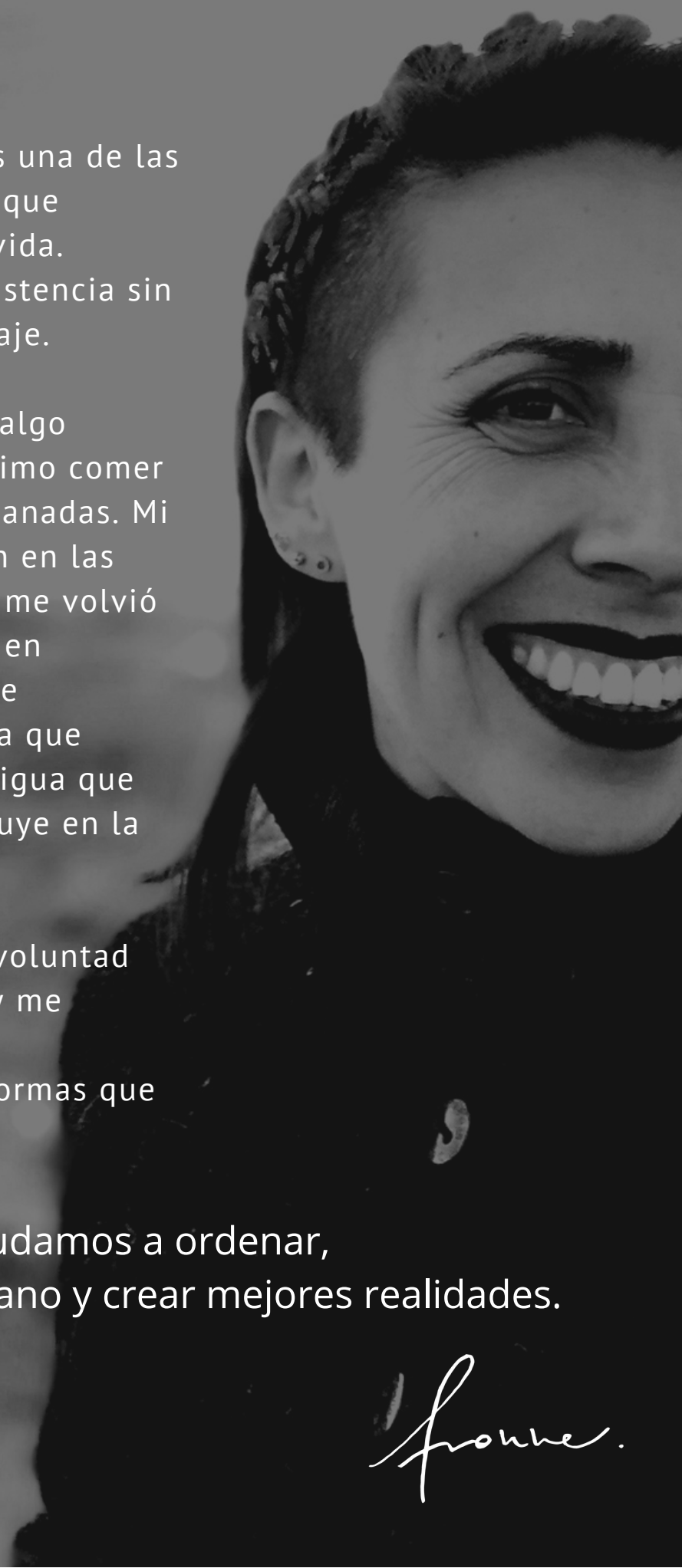
Descubrir quiénes somos es una de las aventuras más apoteósicas que podemos emprender en la vida. Podemos pasar por esta existencia sin decidir emprender aquel viaje.

En mi caso soy un humano algo complejo, me gusta muchísimo comer rúcula y amo todas las empanadas. Mi niñez y adolescencia fueron en las playas de Arica, Valparaíso me volvió ingeniera, Santiago máster en negocios, Mendoza coach de rendimiento y fue cuna para que emergiera la astrología antigua que vivía en mi. Hoy todo confluye en la comunicación.

Creo profundamente en la voluntad humana, amo los desafíos y me moviliza buscar, recopilar, experimentar y compartir formas que potencien la libertad.

Junto a mi equipo te ayudamos a ordenar, a ver lo amplio y lo cercano y crear mejores realidades.

fronhe.



PARA LA COHERENCIA
ORGANIZACIONAL

ACTIVACIÓN DE IDENTIDAD