



Cristina Santabaya Vilela

Marketing y Comunicación Corporativa en LABE Abogados



Hacer de una marca (jurídica) una religión

¿Son lo mismo el branding y el marketing? Rotundamente, no. Aunque el branding y el marketing están **íntimamente ligados** y son dos campos de actuación cuyas fronteras en ocasiones son difíciles de dibujar, realmente responden a diferentes preguntas y cuentan con **objetivos distintos**. Ambos campos son dos formas en las que las marcas se aproximan al consumidor y son **complementarias**, pero las acciones a través de las cuales se ejecutan son diferentes.

El marketing responde a las preguntas de ¿qué hago? y ¿cómo lo hago?; el branding, por otro lado, debería responder a las preguntas de ¿quién soy? ¿por qué? El fin del Branding va mucho más allá de cómo vendo mis productos o servicios; se trata, en última instancia, de **posicionarnos en la mente del consumidor a través de sentimientos** y de crear vínculos emocionales.

Al respecto del Branding, algunas marcas lo han hecho extremadamente bien. Imaginemos el caso de **Apple**: ya no es una simple compañía, es similar a una **religión**. De hecho, se han ...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |