

¿CÓMO SE ESTÁ COMUNICANDO SU NEGOCIO HOY? LA IMPORTANCIA DE SU LOGO Y LA PRESENCIA DIGITAL DE SU MARCA.

La comunicación visual y digital, y la presencia e interacción online de su negocio son ingredientes que no pueden faltar para alcanzar el éxito. Es por eso, que en el siguiente artículo queremos brindarle algunas ideas para mejorar la imagen de su empresa a través la creación de elementos básicos como lo es el logotipo y un sitio web profesional, amigable e interesante en el que sus clientes puedan interactuar y sentirse más cerca de su negocio.

Seguramente ha escuchado que el primer sentido desarrollado por el ser humano es la vista. De hecho, el 90% de la información transmitida en el cerebro humano es visual. Esta es una de las razones por la cual, uno de los elementos fundamentales para la representación de su empresa es un elemento de carácter visual como el logotipo.

El logo es un signo gráfico que identifica y diferencia un negocio de cualquier otro. La historia del logotipo comienza cuando los orfebres y ceramistas empezaron a firmar sus piezas para distinguir su trabajo del de cualquier otro artista. Desde la antigüedad hasta el mundo actual, el logo ha ido evolucionando hasta convertirse en un elemento clave que ninguna empresa puede obviar. Dado que diferentes estudios indican que las imágenes son las cosas más fáciles de recordar para nuestro cerebro y, además, las procesa 60.000 veces más rápido, poseer un buen logotipo representa una ventaja enorme para garantizar el posicionamiento de su marca en la mente de los clientes.

Si está pensando contratar a un diseñador para la creación de su logotipo, le damos algunas recomendaciones que debe considerar para obtener óptimos resultados. En primera instancia, cuide que el creativo sea alguien profesional y responsable. Muchas personas, le dan poca importancia a la tarea de diseñar el logo de sus empresas por lo que prefieren ahorrarse el gasto o contratar a alguien con conocimientos tan básicos que no resulta positivo para el negocio. Lo recomendable es contar con un diseñador que lo oriente y cree un logo que responda a las necesidades de su empresa.

En segundo lugar, transmita un mensaje claro y sencillo. Entre más mensajes quiera transmitir más forzado hace el diseño. Por eso, lo mejor es que defina qué valores quiere expresar y qué quiere que sus clientes piensen o sientan cuando observen el logotipo. En tercer lugar, un buen logo debe contar con ciertas características como la legibilidad, originalidad y creatividad. También, debe ser escalable, es decir, que se pueda llevar a diferentes formatos y plataformas sin inconveniente.

El logotipo es sólo una parte de esa comunicación visual que otros observan de su negocio. Indudablemente, otra tarea importante para mejorar la comunicación de su empresa es su sitio web. Un refrán dice que “*santo que no es visto no es venerado*”, y definitivamente es así. En pleno siglo XXI es prácticamente imposible aspirar al crecimiento empresarial sin presencia en la red.

La aparición del Internet ha modificado la forma en que los empresarios venden su producto o servicio y la manera en que los clientes lo adquieren. Hasta la década pasada, era la historia del vendedor persiguiendo a los consumidores para que compraran. Ahora, los clientes van al vendedor a través de un *clic*.

Existen diferentes tipos de *websites*, por eso uno de los primeros pasos que debe dar si desea crear el sitio web de su negocio es definir qué quiere lograr con su página web, cuál es el rol que va a cumplir esta plataforma para alcanzar los objetivos de su empresa y muy importante, cuál es la audiencia que va a visitar el sitio. Por ejemplo, si desea usar su sitio web únicamente para dar a conocer información relevante de sus productos o servicios, entonces usted necesita un *website* corporativo. Pero si además de *clicks* busca ventas, entonces usted requiere un *website e-commerce*. Lo importante es que la plataforma digital que elija responda a las necesidades de su negocio y de su cliente.

Otro aspecto importante, es que el diseño de la página web debe representar la cultura de la empresa y poseer uniformidad con el resto de la comunicación del negocio. También debe ser de fácil navegación. Los consumidores de esta era prefieren la simpleza. Además, si en su *website* las personas tienen la opción de comprar en línea, lo ideal es ofrecer distintas opciones para pagar online que le simplifiquen la tarea al cliente. Por último, no olvide la importancia de tener un diseño web atractivo visualmente y con contenido interesante para su público objetivo.

Una característica de un sitio web exitoso es que logra crear experiencias para sus usuarios en cada visita. Heineken, la famosa cervecería europea, es un claro ejemplo de ello. Este exitoso portal emplea el diseño actual, aplicaciones e ingeniosos *gadgets* para conquistar a los usuarios. También, la plataforma de Vice, portal de noticias, es un ejemplo en la red de cómo cautivar a los clientes con contenidos interesantes. Además, está muy bien organizada con un diseño directo que permite al usuario navegar por el tema que le interese, sin perderse. Alonso Arias, director creativo de Ariadna en Estados Unidos, considera que el contenido y dar de qué hablar son puntos clave para tener un sitio web exitoso debido a que genera publicidad gratis cuando otros comparten el contenido a través de las redes sociales.

Descubra el poder que tiene la comunicación visual y digital para subir un escalón en el camino al éxito de su negocio, y el efecto positivo que puede obtener con un buen logo y un *website* con contenido interesante para su target.