GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Mínima sobre cómo construir una identidad visual corporativa

Actualidad Empresarial | 06/09/2023 | 00:00

La identidad visual corporativa es clave para las empresas, ya que define la esencia de las mismas mediante ciertos elementos como el logo, nombre y artículos de merchandising.

Cabe destacar que todas esas cuestiones son indispensables para una buena comunicación empresarial, logrando reflejar los valores de las compañías y posibilitando un buen posicionamiento en el mercado.

Una firma especializada en la temática es Mínima, una agencia de comunicación que impulsa empresas haciéndolas más visibles en sus sectores y contribuyendo al crecimiento de las mismas a través del análisis estratégico y la implementación de tres líneas de negocio: branding, creatividad publicitaria y marketing digital.

Buena comunicación para generar oportunidades de negocio

Una de las principales ideas que promueve Mínima es el desarrollo de una comunicación efectiva para el éxito corporativo, que se refleja en el incremento de las ventas y en una mejor percepción de la marca.

Por esa razón, la empresa ofrece servicios de alta calidad para que las empresas logren sus objetivos a corto y mediano plazo, con una mirada sumamente profesional y comprometida con la realidad.

Una de las áreas destacadas es el branding, donde destaca el segmento de identidad corporativa. En este caso, en Mínima consideran que la clave está en mantener la representación de los mismos valores, tono y estilo en cada expresión de la marca para alcanzar buenos resultados.

En esa línea, los elementos mínimos a tener en cuenta son el logotipo, naming, eslogan y lenguaje gráfico; en tanto que los elementos óptimos son el copy corporativo, donde se plasman el tono y el estilo de una compañía; soportes corporativos y brand book, que posibilita la creación de nuevos soportes como presentaciones en power point y banners animados, entre otros.

Creatividad para impulsar empresas

La buena visibilidad de una marca es uno de los grandes desafíos que tiene Mínima, que busca que las empresas se presenten de forma diferencial y efectiva ante los potenciales clientes y la sociedad en general.

La metodología que aplica la compañía se enfoca en el trabajo con base en los objetivos definidos por las empresas. A partir de ello y con un estilo flexible, la propuesta es desarrollar un buen branding, mediante discursos veraces y profundos.

En este último campo, también se brindan otros servicios como la estrategia empresarial, diseño editorial, imagen del producto y diseño del espacio. A eso se suman las prestaciones de publicidad, como estrategias, campañas, soportes, producción audiovisual y difusión en medios; y en marketing digital, donde destacan servicios de posicionamiento SEO, inbound marketing, estrategia digital y diseño web.

Con amplia experiencia en el mercado, múltiples casos de éxito e innovación constante en materia de comunicación empresarial, la agencia Mínima continúa siendo referencia para compañías que desean incrementar su visibilidad en el mercado en el que se encuentran inmersas.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/216032-minima-sobre-como-construir-una-identidad-visual-corporativa.htm