



Erasmus+

Project funded by: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

## 1. Plantilla

Tema Identidad de Marca

Lección 2:

### Introducción

#### Personalidad de la Marca

¿Sabe que las marcas pueden observar a las personas? Si te fijas bien, puedes asignar algunas características humanas a las marcas.

En esta lección, aprenderemos sobre:

- qué es la personalidad de la marca
- cinco personalidades básicas que forman parte del marco de la personalidad de la marca

La personalidad de la marca es un conjunto de características y atributos que describen a las personas también puede utilizarse para describir una marca, que es de hecho una personalidad de marca. Los clientes se identifican con las características de la marca y las marcas aumentan su valor al poseer un conjunto coherente de características que disfrutan un grupo concreto de usuarios. La personalidad de la marca debe distinguirse de la imagen. La imagen es una serie de activos creativos que explican los beneficios de una marca y lo que representa, mientras que la personalidad crea directamente una asociación emocional con una marca.

#### Marco de la personalidad de la marca



*Fuente: Pexels*

El conjunto de características y atributos que describen a las personas también puede utilizarse para describir una marca, que es de hecho una personalidad de marca. Los clientes se identifican con las características de la marca y las marcas aumentan su valor al poseer un conjunto coherente de características que disfrutan un grupo concreto de usuarios.

La sinceridad representa una actitud realista, honesta, sana y alegre (Keller, 2013).  
La emoción representa los atributos de audacia, dinamismo, imaginación y actualidad (Keller, 2013).

La competencia representa los atributos de fiabilidad, inteligencia, éxito y capacidad de trabajo (Keller, 2013).

La sofisticación representa atributos de clase alta, encantadores, glamurosos y femeninos (Keller, 2013).

La robustez representa los atributos de aire libre, rudo, masculino y occidental (Keller, 2013).

Para tu marca, podrías combinar algunos de estos atributos para crear personalidad.

### **Conclusiones**

Esta es solo una pieza del rompecabezas que representa la creación de una marca.