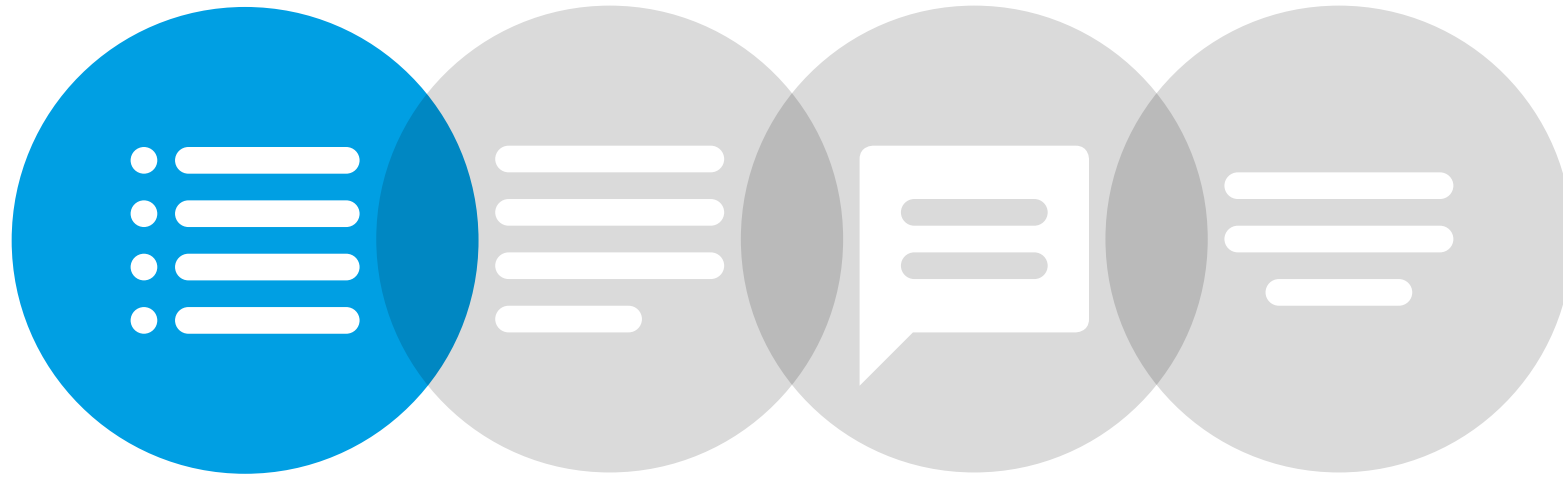


Creamos contenido corporativo

Argumentos / Discurso / Mensaje / Eslogan





Argumentos

Discurso

Mensajes

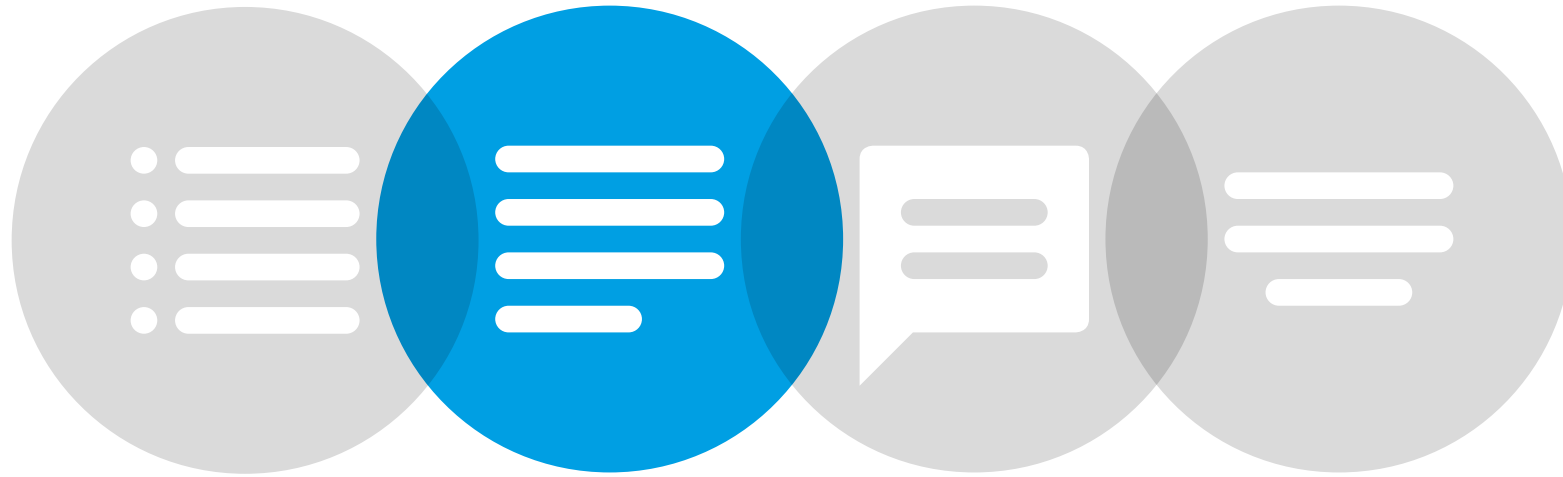
Eslogan

A modo de lista, se enumeran las razones por las que el potencial cliente debe contratarte antes que contratar a alguno de tus competidores. El listado de argumentos sirve para construir el discurso de la compañía, son sus “razones de peso”, con las que llegar al público o a aquella parte del público que encaje con tu propuesta.

Los argumentos deben ser claros, reales, interesantes, creíbles y convincentes. Aconsejamos apostar por argumentos emocionales con los que acercar tu marca a las personas ya que siempre son más difíciles de batir. Son de tus argumentos los que van a distinguirte del resto de opciones con las que cuentan tus potenciales compradores.

En Borisgrafic siempre comenzamos a construir una marca listando los argumentos con los que convencer al público a la que esta se dirige. Los argumentos son la razón de las firmas, por eso desplegamos un listado que atienda las necesidades, deseos y gustos de quienes queremos que se acerquen a la marca.

Los argumentos se redactan en un documento en el que cada uno toma su peso. Estos deben ser compartidos, asimilados e interiorizados por los que forman parte de la empresa, a fin y al cabo son los principales emisores de los valores que dan sentido a la marca.



Argumentos

Discurso

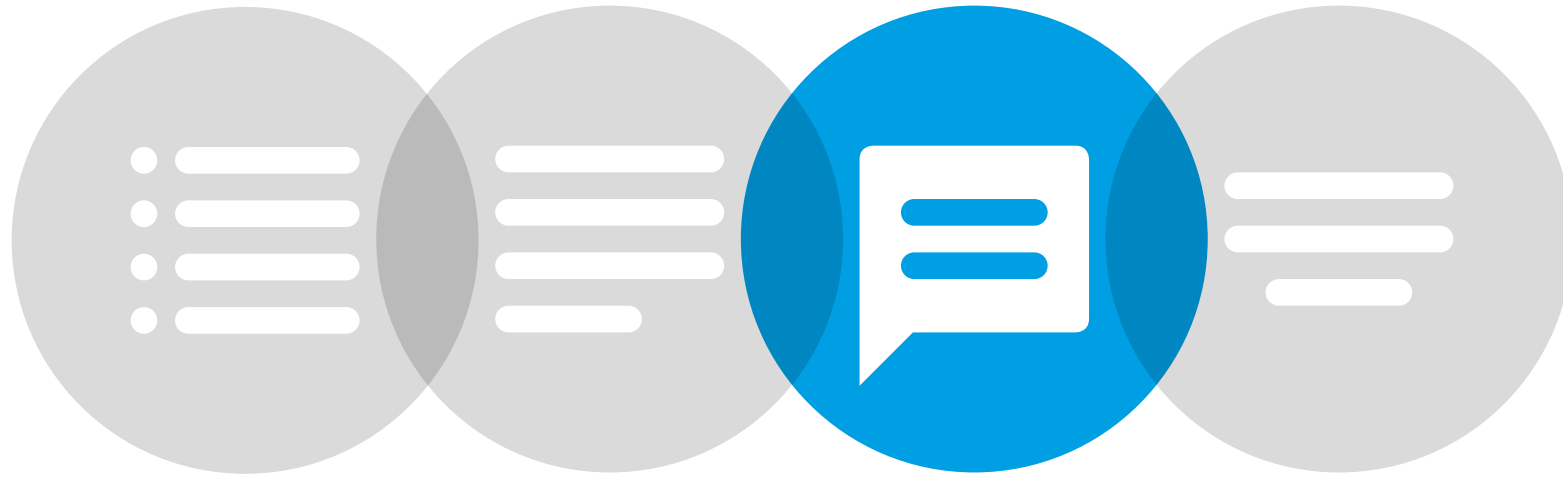
Mensajes

Eslogan

Está basado en los argumentos de cualquier empresa, producto, proyecto e idea. El discurso es el conjunto de lo que se dice, esconde las intenciones y explica cualquier oferta, servicio o propuesta de quien lo emite.

El discurso se repite en todo momento, lo importante del discurso es su trasfondo y significado que cambia es la forma de los mensajes que emergen del discurso, en función de quien los emite, las circunstancias en las que se emiten y de quien los recibe.

Debe ser claro, constante, creíble, lógico, coherente con la imagen y debe transmitir los valores que el emisor precisa para llamar la atención, despertar el interés, generar el deseo y provocar la acción del receptor.



Argumentos

Son las formas que toma el discurso, son las partes de lo que una empresa debe ir comunicando. Son expresiones dirigidas a uno o varios individuos de diferentes perfiles y en diferentes situaciones que suelen marcar el tono a emplear.

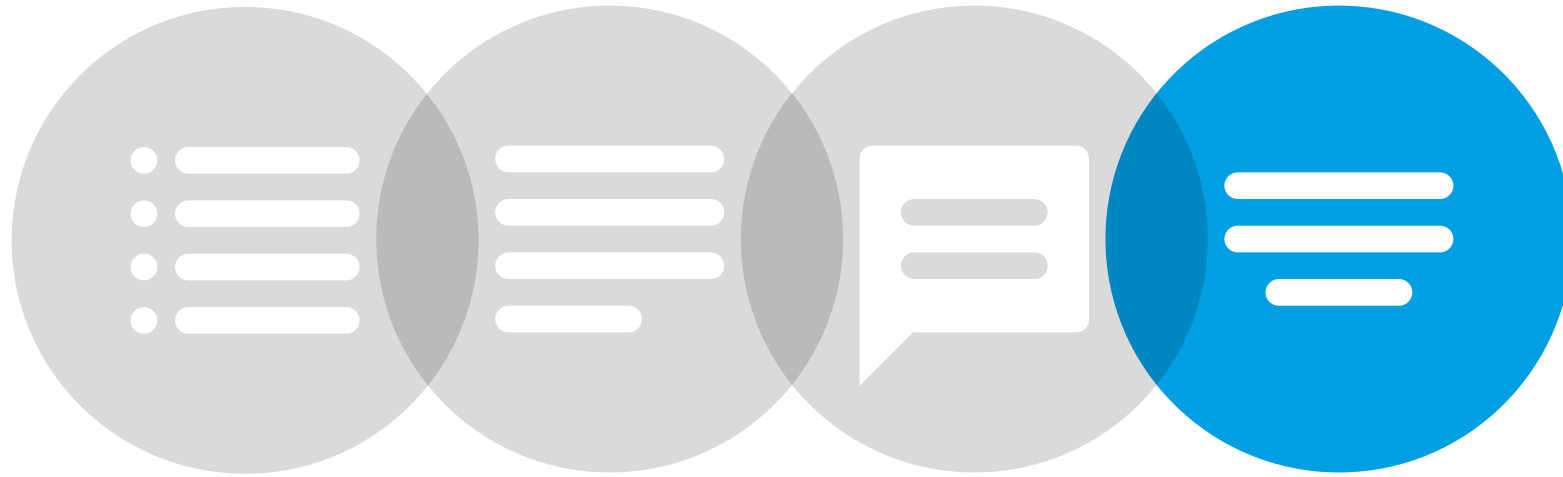
Discurso

La suma de los diferentes mensajes que debe emitir una empresa dan como resultado la percepción que de ella se van haciendo sus oyentes. Los mensajes van dando forma, mediante definiciones, propuestas, promesas, avisos, advertencias, etc... a la imagen que se genera en la mente del público.

Mensajes

Es la suma de los diferentes mensajes que un mismo individuo llega a recibir de una empresa es lo que conforma la percepción que este se hace de ella.

Eslogan



Argumentos

Discurso

Mensajes

Eslogan

De los mensajes de una empresa es el que mejor resume su propuesta. Para crear el eslogan puede recurrirse a una promesa, una definición, un propósito o una idea... el eslogan es un elemento clave en el posicionamiento de una marca y por tanto debe (abrir el dialogo) sonar bien y ser fácil de recordar.

Acompaña a la marca con el fin de despertar el interés, puede ser de distintos tipos en función de la necesidad, que puede ser marcar un tono, destacar una valor, especificar una característica o dar carácter al producto, servicio, empresa...

La leyenda descriptiva, distinta al eslogan, es la fase que acompaña a la marca suele definir un campo de actuación o actividad.

El eslogan tiene una intención mucho mayor ya que trata de entonar y provocar algún tipo de reacción.

© Borisgrafic creatividad_comunicación