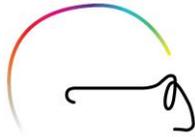


Cuestiones  
y Reflexiones  
sobre  
**PENSAMIENTO ESTRATÉGICO  
Y COMUNICACIÓN DE MARCA**

Lluís Lleida

Tiempo estimado de lectura reflexiva: 10 minutos



## ¿ESTRATEGIA? ¿PARA QUÉ?

---

La **Estrategia** ayuda a las Organizaciones (y a las Marcas) a concretar un destino, a construir un camino hacia él y a guiar con coherencia su construcción. La estrategia alinea pensamientos, ideas, creatividad y recursos para conseguir potencia, fuerza y resultados superiores en el ámbito de la comunicación, especialmente en las especialidades de construcción de Marca y desarrollo de negocio.

### La Estrategia:

#### Analiza

- Centra el caso o proyecto.
- Diagnostica la realidad interna y externa de forma objetiva.
- Define los objetivos y condicionantes verdaderos y decisivos.
- Reflexiona sobre las conclusiones, las opiniones, las creencias y las intuiciones.
- Alcanza conclusiones válidas.

#### Define

- Concreta una propuesta de actuación.
- Descubre los posibles caminos hacia los objetivos.
- Conceptualiza diferentes rutas creativas y decidir la mejor.

#### Alinea

- Guía la implementación creativa.
- Enfoca la creatividad y los recursos hacia el objetivo.
- Garantiza la coherencia y el rendimiento de la inversión y los recursos.

#### Concreta

- El **INFORME ESTRATÉGICO** es el documento que contiene la visión y la acción estratégica.

#### ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DERIVADOS:

**Brand Book**, libro de referencia para la alta dirección y equipos creativos.

**Welcome Pack**, libro de bienvenida de la Marca a los empleados (nuevos y actuales).

**Brand Clip**, audiovisual de presentación de Marca o Corporativa.

**Brand Seminar**, seminario de presentación de Marca.



## ¿PLAN DE COMUNICACIÓN? ¿PARA QUÉ?

---

El **Plan de Comunicación** concreta los objetivos, los conceptos, las audiencias, las estrategias, las técnicas y la planificación de la comunicación, en coherencia con los preceptos y objetivos de Marca, corporativos o de producto, según el caso, proponiendo un mix de soluciones adaptadas a la realidad presupuestaria y a la capacidad ejecutiva de la Organización.

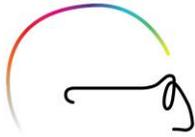
### El Plan de Comunicación:

#### Define

- Objetivos.
- Condicionantes.
- Audiencias.
- Concepto estratégico de comunicación.
- Estrategia de comunicación.

#### Describe

- Técnicas, medios, canales y elementos de comunicación.
- Planificación de acciones.
- Necesidades internas y externas para la ejecución.
- Métodos de seguimiento y valoración.
- Presupuestos estimados.



## ¿DIRECCIÓN ESTRATÉGICA? ¿PARA QUÉ?

---

La **Dirección Estratégica** es la responsable de dirigir la ejecución de la Estrategia y/o el Plan de Comunicación. Puede ser un órgano interno de la Organización (Director de Comunicación o Director de Marca), un servicio externo, habitualmente delegado a una agencia experta en la ejecución de proyectos de branding y comunicación de Marca, o a una suma de ambos.

### La Dirección Estratégica:

#### Impulsa

- Acompaña al cliente en la implementación del proyecto.
- Prepara los briefings creativos.
- Selecciona o integra a los especialistas creativos en torno al proyecto.

#### Tutela

- Dirige la creatividad hacia los objetivos estratégicos.
- Orienta al equipo creativo en el desarrollo de sus funciones.
- Coordina equipos y especialistas.

#### Construye

- Supervisa resultados creativos.
- Presenta resultados.

#### Mantiene

- Preceptos de Marca.
- Coherencia decisiones y acciones.

#### Expande

- Revisa la implementación y su desarrollo en el tiempo.
- Revitaliza y actualiza conceptos, estrategias, técnicas, rutas, elementos, acciones, equipos...
- Propone nuevas líneas de actuación.
- Plantea iniciativas orientadas al desarrollo del negocio a partir de la Marca.