

Lanzamiento DEC Chile

De la marca a la **experiencia** de la **experiencia** a la marca



Better
Business
Consulting





MARCA

EXPERIENCIA

¿Porque la **experiencia** se vuelve **más relevante** en la construcción de valor y **en el desarrollo de marcas?**

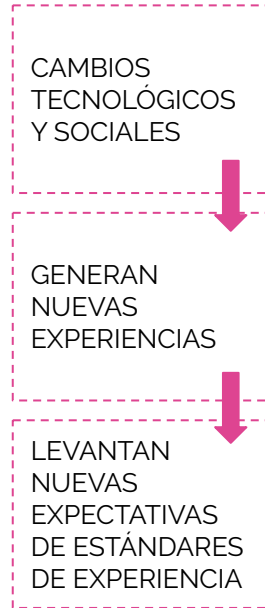


Experiencia

señal de cambio
y adaptación

La experiencia es un elemento clave para el **desarrollo futuro** de las organizaciones

Las expectativas frente a la experiencia de marca se van complejizando y ampliando en el tiempo



Los cambios en el entorno también modifican las necesidades y expectativas frente a la experiencia

Estudio

CAMBIA TODO CAMBIA

 **alma**brands | Better
Business
Consulting

Desafíos para las marcas

frente a los nuevos
comportamientos y
necesidades de los hogares
chilenos



ALGUNOS EJEMPLOS

LA SALUD AL CENTRO DEL
DISEÑO DE EXPERIENCIA

UNA NUEVA PROXÉMICA EN EL
DISEÑO DE ESPACIOS E
INTERACCIONES

MAYOR APERTURA A CANALES
DIGITALES Y SERVICIOS A
DISTANCIA

 **alma**brands

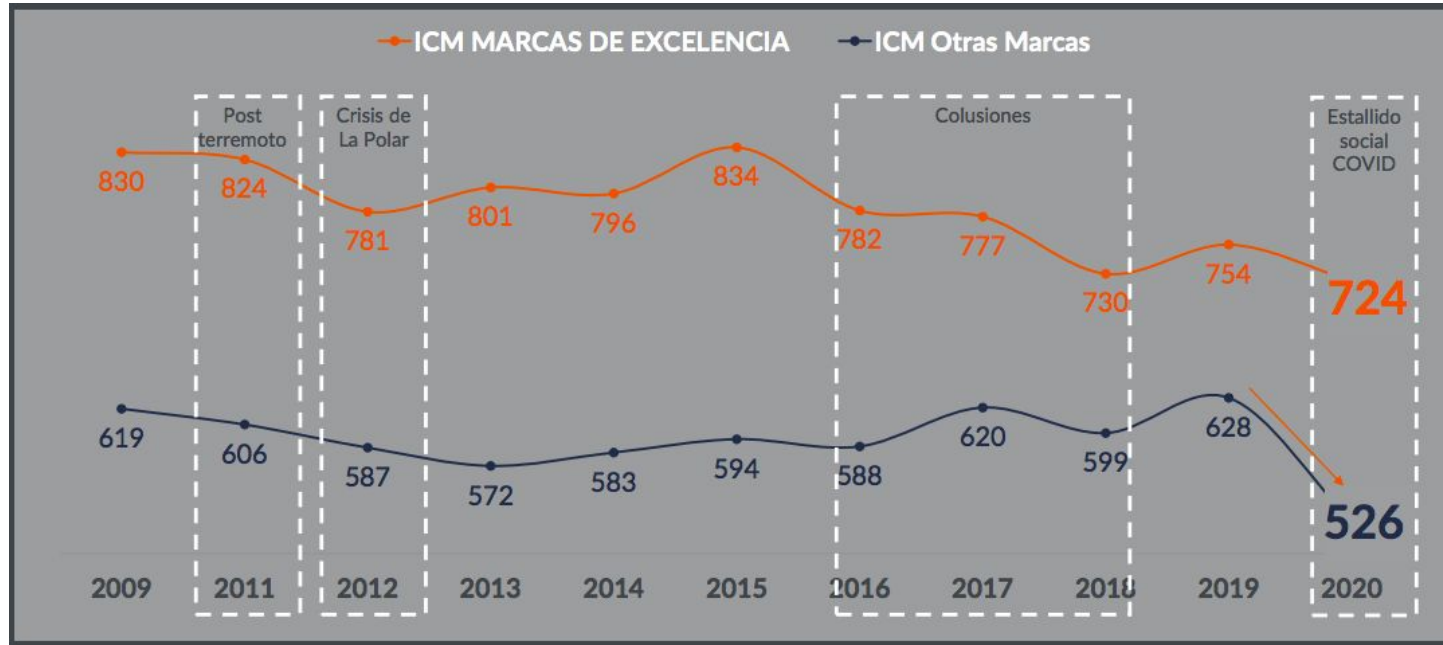
Better
Business
Consulting

Brand building by doing



las marcas se
construyen **desde el
hacer más que el
decir**

En un contexto de debilitamiento del valor simbólico de las marcas, la experiencia se vuelve central



La experiencia
es una de las
principales maneras
**tangibilizar la
estrategia**



Es en la experiencia que las marcas
se vuelven RELEVANTE (útil y
pragmática) para la vida cotidiana
de las personas

Las definiciones de marca no tienen vida o no se activan si no se traducen en experiencia



Diseño de **propuesta de valor**



Diseño del **sello cultural de la organización**



Diseño del **viaje del cliente**

En la experiencia
se construye la
confianza



La experiencia se
centra en las
personas, relaciones
y la confianza

La confianza es **un valor esencial que las marcas tienen que reconstruir** y recuperar



**HONESTIDAD Y
TRANSPARENCIA**

Son honestas y transparentes, dicen la verdad y no ocultan información



RESPONSABILIDAD

Son responsables, cumplen lo que prometen y se hacen cargo de sus errores



EMPATÍA

Se preocupan de verdad por los intereses de las personas



RESPALDO

Su trayectoria me da seguridad y respaldo



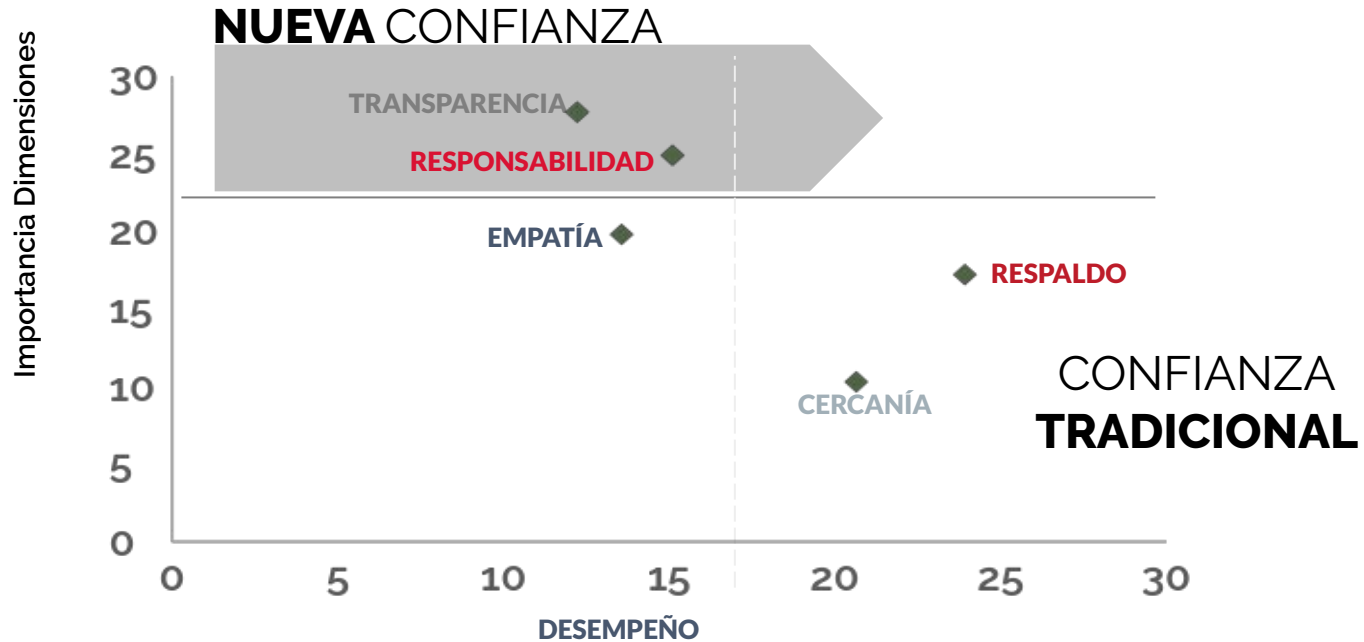
CERCANÍA

Son cercanas y accesibles

**NUEVA
CONFIANZA**

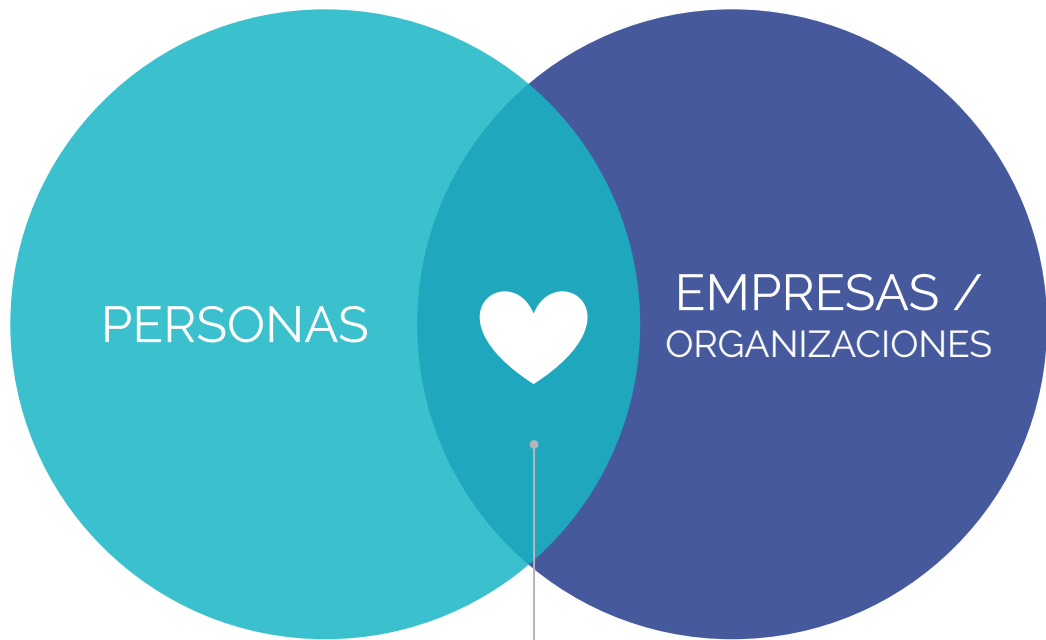
**CONFIANZA
TRADICIONAL**

Donde **las variables más relevantes** para las personas eran **las menos desarrolladas** por las empresas/instituciones



(Base Total 2019: 1617 casos)

¿Porque la **experiencia** se vuelve **más relevante** en la construcción de valor y **en el desarrollo de marcas?**



PERSONAS

EMPRESAS /
ORGANIZACIONES



TANGIBILIZAR
VALOR
BRAND BUILDING BY DOING



RELACIONES
HUMANAS
EMPATÍA Y CONFIANZA



DESAFIAR EL
STATU QUO
ADAPTACIÓN Y EVOLUCIÓN

Lanzamiento DEC Chile

De la marca a la **experiencia** de la **experiencia** a la marca



Better
Business
Consulting

