

HOLA

DEC CI

ANDY
STALMAN[®]



HOLA
CHILE



ANDY
STALMAN[®]



BRANDYNG



Que nadie se acerque a ti,
sin que al irse se vaya un
poquito mejor y más feliz!



CREANDO MARCAS PARA UN MUNDO CONECTADO

Ofreciendo una visión global, conocimiento local e insight a través de los 5 continentes

Somos innovadores globales, expertos creativos en branding, estrategias de marca y conocedores del mercado.

Traemos las mejores mentes de nuestro fuerte equipo de 40 personas para crear un conjunto de habilidades único para cada cliente.

Cruzamos culturas, fronteras y husos horarios usando nuestra experiencia para ofrecer soluciones únicas que cambian al mundo.





totembranding.com



andystalman.com



[@AndyStalman](https://twitter.com/AndyStalman)



[@AndyStalman](https://www.instagram.com/AndyStalman)



[/in/andystalman](https://www.linkedin.com/in/andystalman)

Del Big Data a **Small Details**

Del producto a la **experiencia**

Del beneficio al **propósito**

Del precio al **valor**

De las herramientas a los **usuarios**

De lo tangible a lo **intangible**

Del click a la **relación**

Del mensaje al **contenido**

Del target a las **personas**

De lo digital a lo **humano**





Please rate the courtesy of our
security service
¿Hemos sido amables en
el control de seguridad?



HappyOrNot



Access the Order of Service



For more information, please contact the event manager at [phone number].
The event is open to all guests and is free of charge.
Please arrive at the event on time to ensure a smooth experience.



Erin Connelly @efconnelly · 11 Apr 2017

A big thanks to @SouthwestAir for excellent customer service on my last trip (20 hours of travel). It is much appreciated!



Southwest Airlines

@SouthwestAir

Follow

Replying to @efconnelly

We're a Customer Service Company that just happens to also fly airplanes, Erin. Thanks for sharing the love! ^NA

5:45 AM - 11 Apr 2017

1 Retweet 7 Likes





Lift Access

THE LEADENHALL BUILDING
CITY OF LONDON

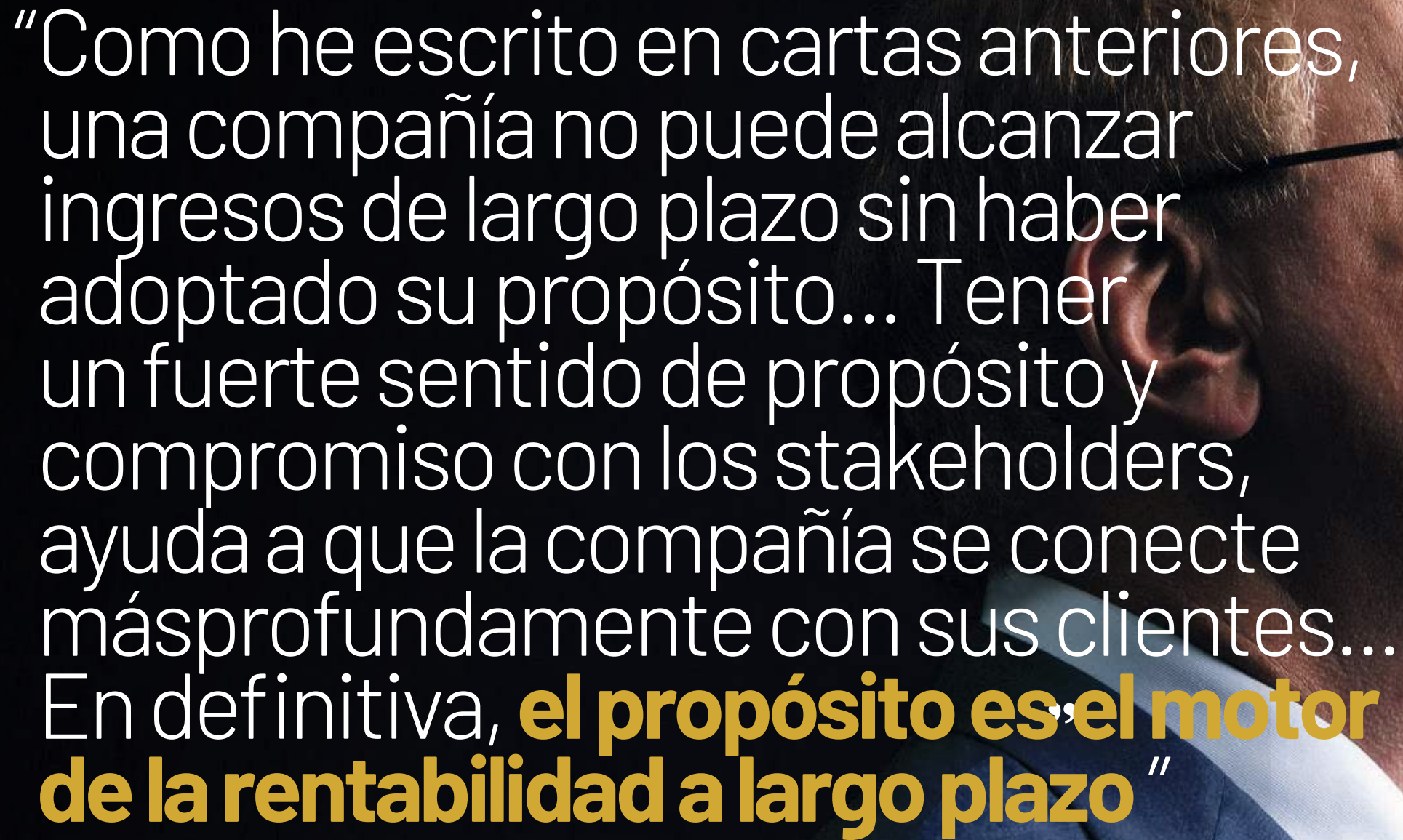
THE LEADENHALL BUILDING
CITY OF LONDON

THE LEADENHALL BUILDING
CITY OF LONDON

ACK SHEEP
OFFICE

ROX & ROL





“Como he escrito en cartas anteriores, una compañía no puede alcanzar ingresos de largo plazo sin haber adoptado su propósito... Tener un fuerte sentido de propósito y compromiso con los stakeholders, ayuda a que la compañía se conecte más profundamente con sus clientes... En definitiva, **el propósito es el motor de la rentabilidad a largo plazo**”

Larry Fink, CEO de Blackrock, carta a los accionistas

“UNA NUEVA VANGUARDIA:
AQUELLAS EMPRESAS CAPACES
DE APROVECHAR EL PODER DEL
PROPÓSITO PARA IMPULSAR EL
RENDIMIENTO Y LA RENTABILIDAD
DISFRUTAN DE UNA **CLARA**
VENTAJA COMPETITIVA”

Informe: the business case for purpose,
de harvard business review analytics

El ROI del Propósito

- Finanzas
- Valor de marca
- Empleados
- Innovación
- Stakeholders
- Sociedad





63% de los
consumidores
recompensan
a las marcas
impulsadas por
un propósito

fuentes: accenture strategy

TOTEM

totembranding.com

[@AndyStalman](https://twitter.com/AndyStalman)

andystalman.com

87% DE LOS **LÍDERES** DE **EMPRESA**
CREEN QUE LAS COMPAÑÍAS
SE COMPORTAN MEJOR SI
SU **PROPÓSITO** VA MÁS
ALLÁ DEL BENEFICIO

fuelle: ey

A woman with dark hair tied back, wearing a tan sweater, is seen from behind, looking at a rack of clothes in a store. She is holding a light-colored long-sleeved shirt on a hanger. The background shows other clothes on hangers and a potted plant.

81% de los
consumidores
confía en las
empresas que
tienen **un**
propósito
más allá de
las ganancias

A background image showing a group of business professionals in a meeting. In the foreground, a person's hands are clasped together. In the background, other people are visible, some looking at a laptop screen. The overall scene is a professional office environment.

90%

de los ejecutivos
entiende la **importancia
del propósito**

89%

afirma que un fuerte sentido
de propósito colectivo impulsa
la **satisfacción de los empleados**

84%

que afecta la capacidad
de **transformación
de una organización**

80%

dijo que ayuda a
aumentar la **lealtad
del cliente**

79%

dice que tener un propósito
claro **guía la innovación** y la
toma de **decisiones estratégicas**

TOTEM

totembranding.com

[@AndyStalman](https://twitter.com/AndyStalman)

andystalman.com





**87% de los empleados
satisfechos
con su propósito**


en el trabajo
se sienten
comprometidos
con su organización



Los empleados
que creen en
el propósito de
su organización
son un **5% más
productivos**
y un **20% más
comprometidos**

87% de los
consumidores
son **más propensos**
a comprar un producto
o servicio de una
empresa que aboga por
temas que les
importan



A close-up photograph of a person's hands carefully balancing a stack of wooden Jenga blocks. The person's face is partially visible in the background, looking down at the game. The lighting is warm and focused on the hands and the blocks.

El cambio
es difícil,
pero **no**
cambiar
es fatal

Lo que
el mundo
necesita
hoy es...

Valentía



€XX

¿cuánto
costará
hacer algo
nuevo?



€XX

¿cuánto
costará **no**
hacer algo
nuevo?



Somos Generación IA

TOTEM

totembranding.com

[@AndyStalman](https://www.instagram.com/AndyStalman)

andystalman.com

La **IA**
llegó
para
cambiarlo
todo



La IA, como el branding, es un reflejo de nuestra humanidad.

Con sus defectos y virtudes



¿Están listas las marcas

y sus líderes y equipos para cambiar la mentalidad, adoptar la tecnología, aprender a aprovechar su potencial y desarrollar servicios, experiencias y relaciones a un nuevo nivel?



La **IA** puede ser una herramienta valiosa si se utiliza **de manera estratégica** y se comprenden sus límites. Se debe equilibrar la eficiencia y el análisis de datos con la creatividad y la empatía humana para un resultado óptimo

El futuro tiene
muchos nombres,
y dos apellidos:

**Inteligencia
Artificial
y Branding**

NO ESTAMOS ANTE UNA
ERA DE CAMBIO, SINO ANTE
UN **CAMBIO DE ERA**



No puedes
descubrir
**un mundo
nuevo**
con mapas
antiguos

La IA cambiara el branding, el marketing y la publicidad.

La mayoría de las marcas no han creado roles para liderar el cambio



Las marcas ahora
están siendo empujadas
más allá de sus intereses
comerciales clásicos
para convertirse **en**
defensoras de una
mejor sociedad



TOTEM

Las marcas
líderes están
evolucionando
en **TOTEMs**
postmodernos
de la sociedad





Los consumidores
ya no compran
productos,
**compran
marcas**

PARA LAS MARCAS Y PARA
LAS PERSONAS ES HORA DE
COMPRENDER QUE **LO IMPORTANTE**
NO ES TRATAR DE SER IMPORTANTE,
SINO HACER COSAS QUE IMPORTAN



Las **tribus de creyentes**
se identifican con
una marca concreta
y comparten valores
con esa marca

Es entonces cuando
la marca **se convierte**
en un TOTEM, algo en torno
a lo que reunirn0s para
experimentar, compartir,
recomendar, aprender,
y apoyarnos



TOTEM

TRANSFORMANDO
CLIENTES
EN CREYENTES



“LA GENTE NO QUIERE COMPRAR
PRODUCTOS, QUIERE **VIVIR**
EXPERIENCIAS. QUIEREN SER
PARTE DE LAS HISTORIAS”

TOTEMS modernos

Crean una **relación**
más profunda y
personal con los
empleados
y clientes





TOTEMS modernos
Brindan una **conexión**
significativa y generan
lealtad a la marca

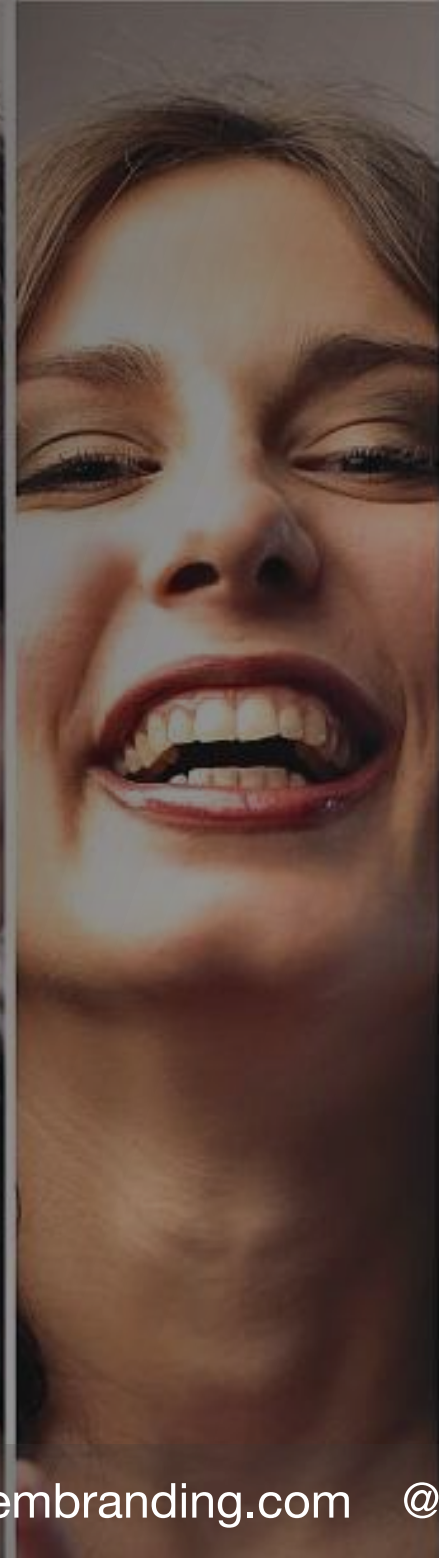
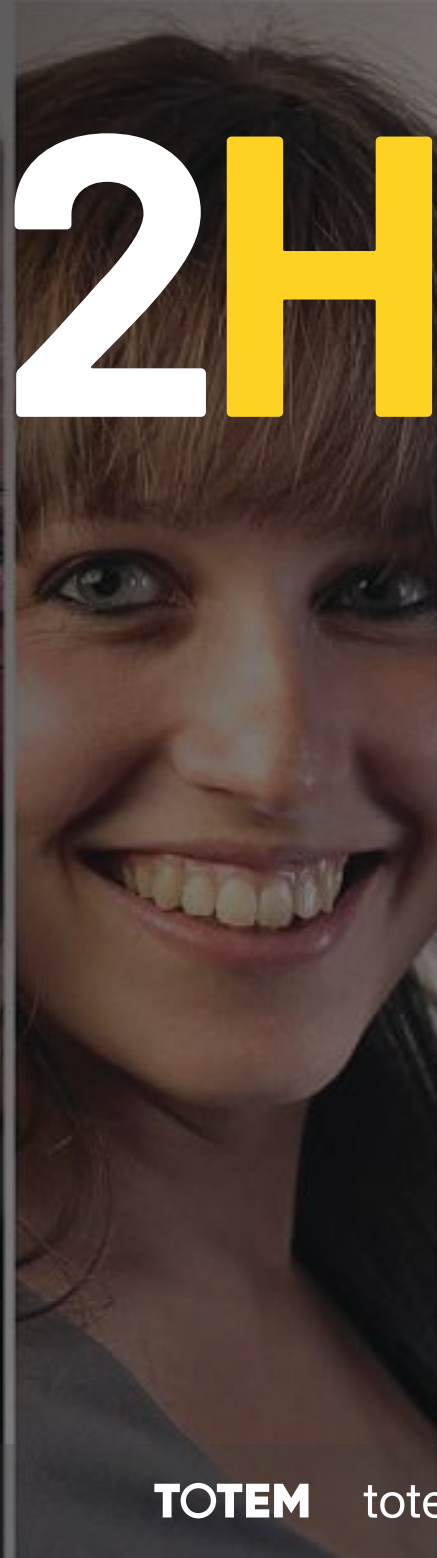
TOTEMS modernos
Construyen un
valor indispensable
en la vida de
las personas



**Invertir
más en
relaciones**
que en
transacciones



H2H



Sobre todo es una transformación **humana**

Necesitamos conectar
con los seres humanos
en este momento en que
todo se está digitalizando
y automatizando

**"Prefiero Buscadores
de Éxitos en lugar de
Evitadores de Fallos"**

Felipe Stalman



SI TU ESTRATEGIA DE MARCA ES
EXCLUSIVAMENTE COMERCIAL,
**GANARÁS MUCHO POR POCO
TIEMPO.** SI TU ESTRATEGIA ES
CONSTRUIR VALOR, **GANARÁS
MUCHO POR MUCHO TIEMPO**

LA **RENTABILIDAD** ES
CONSECUENCIA DIRECTA
DE LA **PROPUESTA DE VALOR**
QUE TU MARCA CONSTRUYA



**LAS EMPRESAS QUE NO APOYAN SU
ESTRATEGIA EN PRECIO, GENERAN
DESEOS, SENTIDO DE COMUNIDAD,
HACEN QUE UNO LAS SIGA PARA
SER PARTE DE SU MUNDO**

Experiencia del Cliente
(Customer experience - CX)

Experiencia del Empleado
(Employee experience - EX)

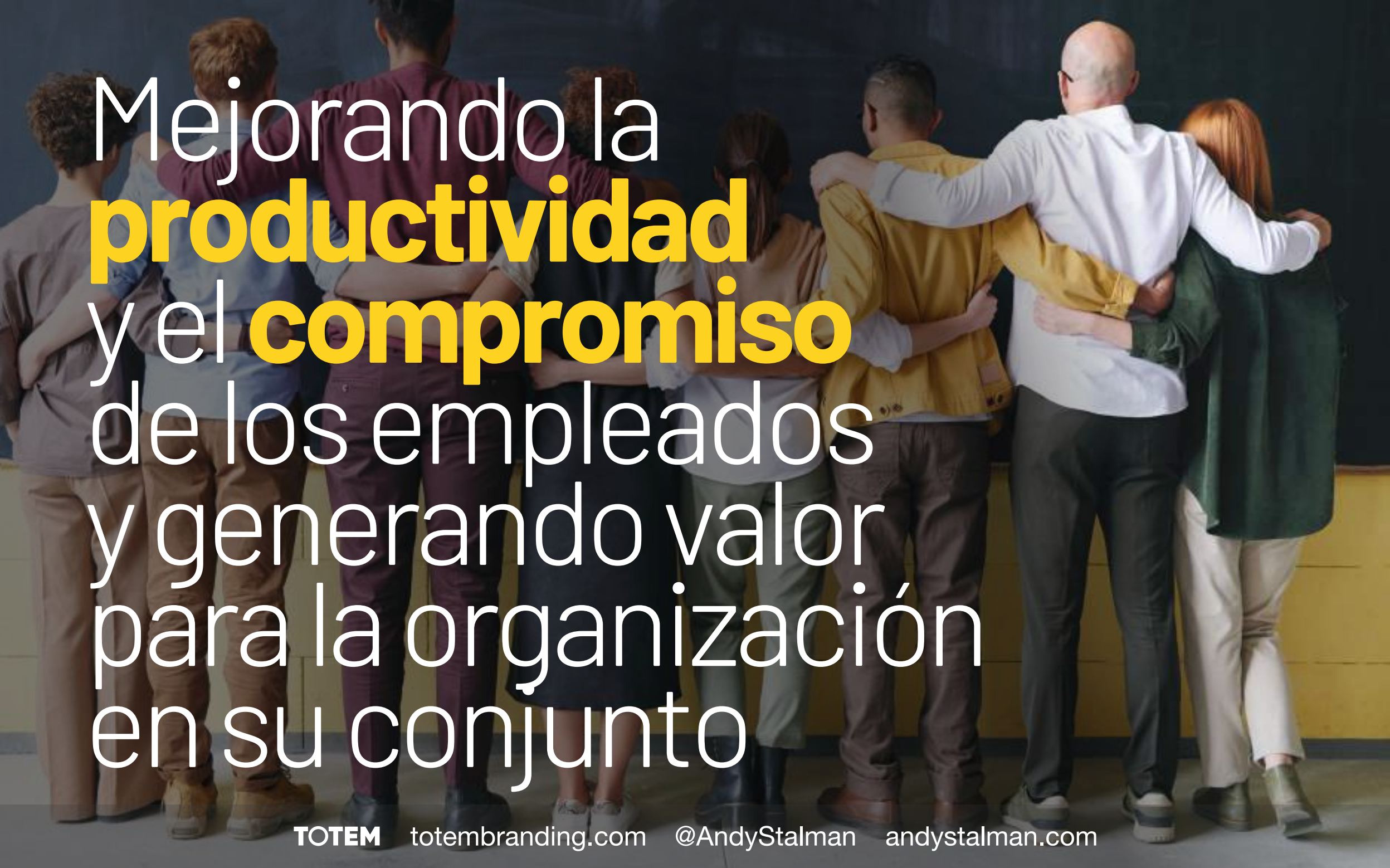
Experiencia del Usuario
(User experience - UX)

Experiencia de Marca
(Brand experience - BX)

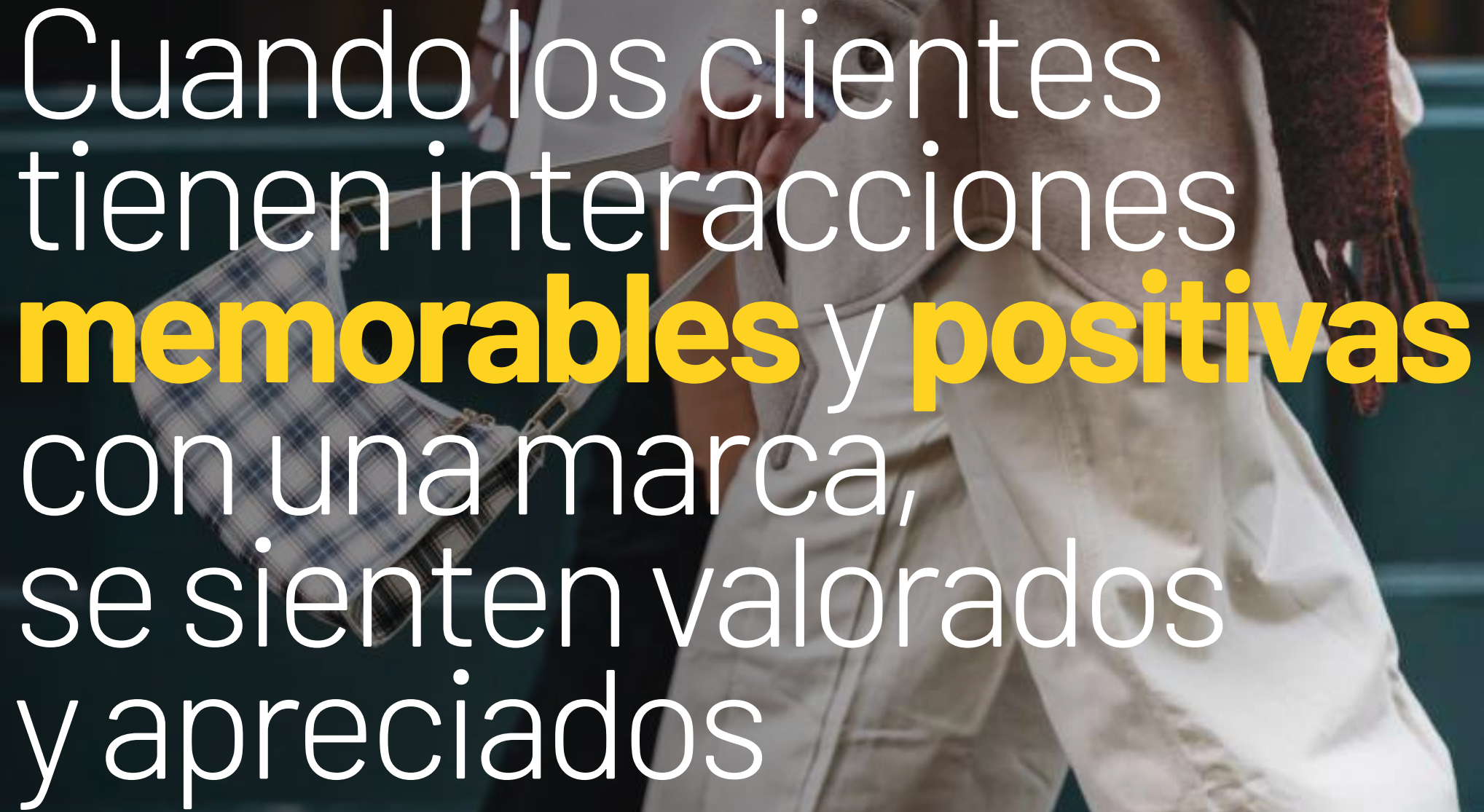
La **Experiencia**
Total se refiere
a una estrategia
empresarial que
busca integrar
y mejorar...



Ofrecer
experiencias
coherentes y
satisfactorias en todas
las interacciones,
creará relaciones más
sólidas y duraderas



Mejorando la
productividad
y el **compromiso**
de los empleados
y generando valor
para la organización
en su conjunto

A person wearing a light-colored, possibly beige or cream, coat is walking. They are holding a plaid bag. The background is a dark green door or wall. The text is overlaid on the image.

Cuando los clientes
tienen interacciones
memorables y **positivas**
con una marca,
se sienten valorados
y apreciados



Esto crea una
conexión emocional
que va más allá
de una simple
transacción
comercial

A photograph of three young women smiling and posing for a photo. The woman in the center is wearing red heart-shaped glasses on a stick. The woman on the left is wearing a denim vest over a white shirt. The woman on the right is wearing a red top. The background is blurred, suggesting an indoor setting with large windows.

Estos clientes fieles
se convertirán
en **embajadores
de la marca** y la
recomendarán
a sus amigos
y familiares

A close-up photograph of a person's hands using a laptop. The person is holding a credit card over the laptop's keyboard, suggesting a payment transaction. The background is slightly blurred, showing the person's torso and the laptop screen. The text is overlaid on the left side of the image.

Los **clientes
satisfechos**

están dispuestos
a gastar más
y comprar más
productos
o servicios

A close-up photograph of a person's hand with a red heart tattoo on the palm. The hand is raised, and the background is blurred, showing another person's hand in the distance.

ROX es
Return On Experience,

ROL es
Return On Love.

¡El retorno de la
experiencia y el amor
es una gran inversión!



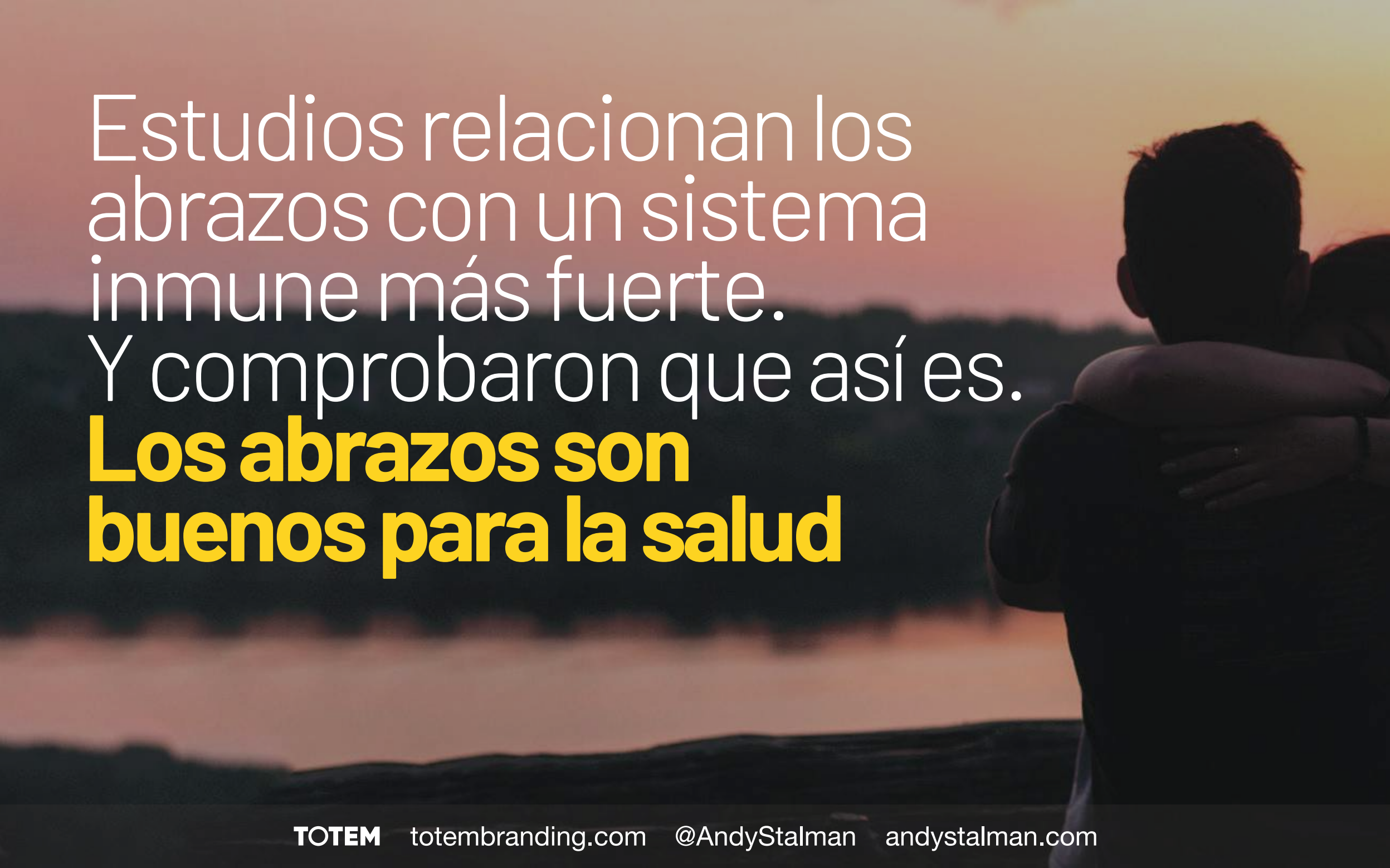
Sigamos transformando
empleados, clientes,
consumidores,
proveedores,
accionistas,
en **creyentes**
de tu marca

TOTEM

totembranding.com

[@AndyStalman](https://twitter.com/AndyStalman)

andystalman.com

The background of the image shows the silhouettes of a man and a woman embracing. The man is in the foreground, seen from the back, with his arms around the woman. The woman is slightly behind him, also seen from the back. They are positioned on the right side of the frame. The background is a soft, warm sunset or sunrise over a body of water, with a gradient of colors from light orange to dark blue. The overall mood is romantic and intimate.

Estudios relacionan los
abrazos con un sistema
inmune más fuerte.
Y comprobaron que así es.

**Los abrazos son
buenos para la salud**

Lo mejor está
por venir



NGIYABONGA
MERCİ
ESKERRIK ASKO
DANKE
TACKA DIG
HANK YOU
LEMINDERIT
GRACIAS



ing.com @AndyStalman andystalman.com

TOTEM



ES EL MOMENTO
DE QUE SU MARCA
ACTIVE LA
TOTEM-SEÑAL



¿QUIÉNES SOMOS?

CREAMOS Y TRANSFORMAMOS MARCAS QUE UNEN A LAS PERSONAS

Nuestro propósito es crear y transformar marcas que unen a las personas. El mundo en el que viven las marcas está cambiando rápidamente. Ahora más que nunca es importante para las marcas innovar, comprometerse y fidelizar a sus audiencias.

FORTALEZAS CLAVES, CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA

Creamos y transformamos marcas que unen a las personas. Entendemos cómo crear experiencias de marca únicas, mejorando la conexión con el cliente y generando lealtad a la marca.

Nuestros directores trabajan directamente en los proyectos.

Trabajando en 5 continentes.
+40 años de experiencia.
+440 marcas creadas y transformadas.

Somos un grupo global de pensadores y realizadores que aporta gran experiencia trabajando con líderes de la industria en una amplia variedad de sectores.

Construimos sentido de conexión, orgullo y pertenencia en lo que hacemos.

Somos una empresa independiente de creación y gestión de marcas.

Hacemos tangible lo intangible.

Porque las marcas viven en el mundo real, TOTEM ha desarrollado un enfoque 360° al branding. Con este enfoque holístico, cada decisión sobre su marca desde cómo se ve hasta cómo se percibe, se siente, huele y suena es considerado con un enfoque de marca consistente de 360°.

Somos una compañía de branding que cree que los mejores resultados provienen del trabajo co-creativo y colaborativo.

Nuestros clientes trabajan directamente con nuestros fundadores y directores.

Desde Madrid y Melbourne trabajamos para crear marcas amadas por las personas. Ayudamos a evolucionar y transformar marcas que cambian el mundo en el que vivimos



Nuestro equipo cuenta con algunos de los expertos de marca e innovación con más experiencia en el mundo.

ANDY STALMAN



Andy Stalman es una autoridad del branding, un futurista, una referencia mundial en su campo. Con más de 30 años de experiencia, ha desarrollado proyectos en los cinco continentes. Su trabajo e influencia en el mundo de las marcas han llevado a Andy a ser reconocido como uno de los principales expertos en marcas del mundo, y llamado globalmente como "Mr. Branding".

Imparte clases en prestigiosas escuelas de negocios a la vez que asesora a empresas y líderes mundiales sobre branding, transformación digital e innovación disruptiva para un mundo en constante evolución.

Andy es el autor de tres best sellers: "BrandOffOn. El Branding del Futuro", "HumanOffOn: ¿Está Internet cambiándonos como seres humanos?". y "TOTEM. Transformando clientes en creyentes".

GRAHAM PURNELL



Graham es uno de los consultores en marca más valorados del mundo. Tiene 25 años de experiencia trabajando en grandes marcas a nivel global y local.

Un nómada de corazón originario de Reino Unido, Graham ha trabajado extensamente en Europa, América y Asia. Actualmente con sede en Melbourne, Australia.

Graham dirige nuestro equipo creativo global, brindando una experiencia incomparable en una amplia gama de industrias y es responsable de garantizar la entrega de alta calidad de la estrategia y el trabajo creativo de TOTEM Branding.

Le apasiona desarrollar ideas que tengan éxito a través de la simplicidad, el contraste y la efectividad comercial.

Dirigido por Andy y Graham, tenemos un experimentado equipo en cinco continentes.

CREANDO MARCAS PARA UN MUNDO CONECTADO

Ofreciendo una visión global, conocimiento local e insight a través de los 5 continentes

Somos innovadores globales, expertos creativos en branding, estrategias de marca y conocedores del mercado.

Traemos las mejores mentes de nuestro fuerte equipo de 40 personas para crear un conjunto de habilidades único para cada cliente.

**Cruzamos culturas, fronteras y husos horarios
usando nuestra experiencia para ofrecer soluciones
únicas que cambian al mundo.**



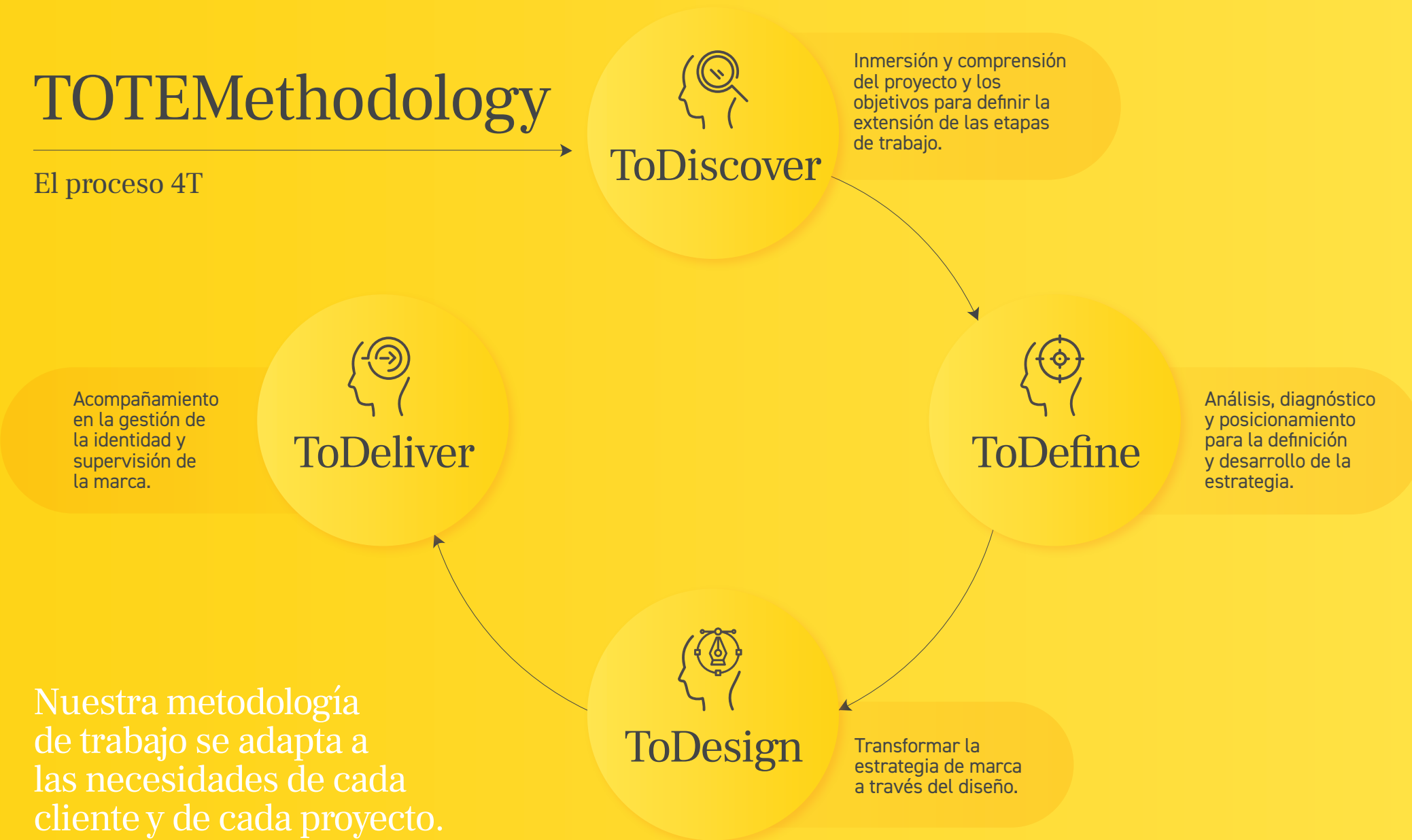
A person stands on a dark, rounded structure, holding a glowing, circular orb aloft. From the orb, a dense shower of bright orange sparks falls, creating a large, conical shape. The background is dark, making the sparks stand out prominently.

TOTEM

MEJORES MARCAS
MEJORES EMPRESAS
MEJOR SOCIEDAD
MEJOR MUNDO

TOTEMethodology

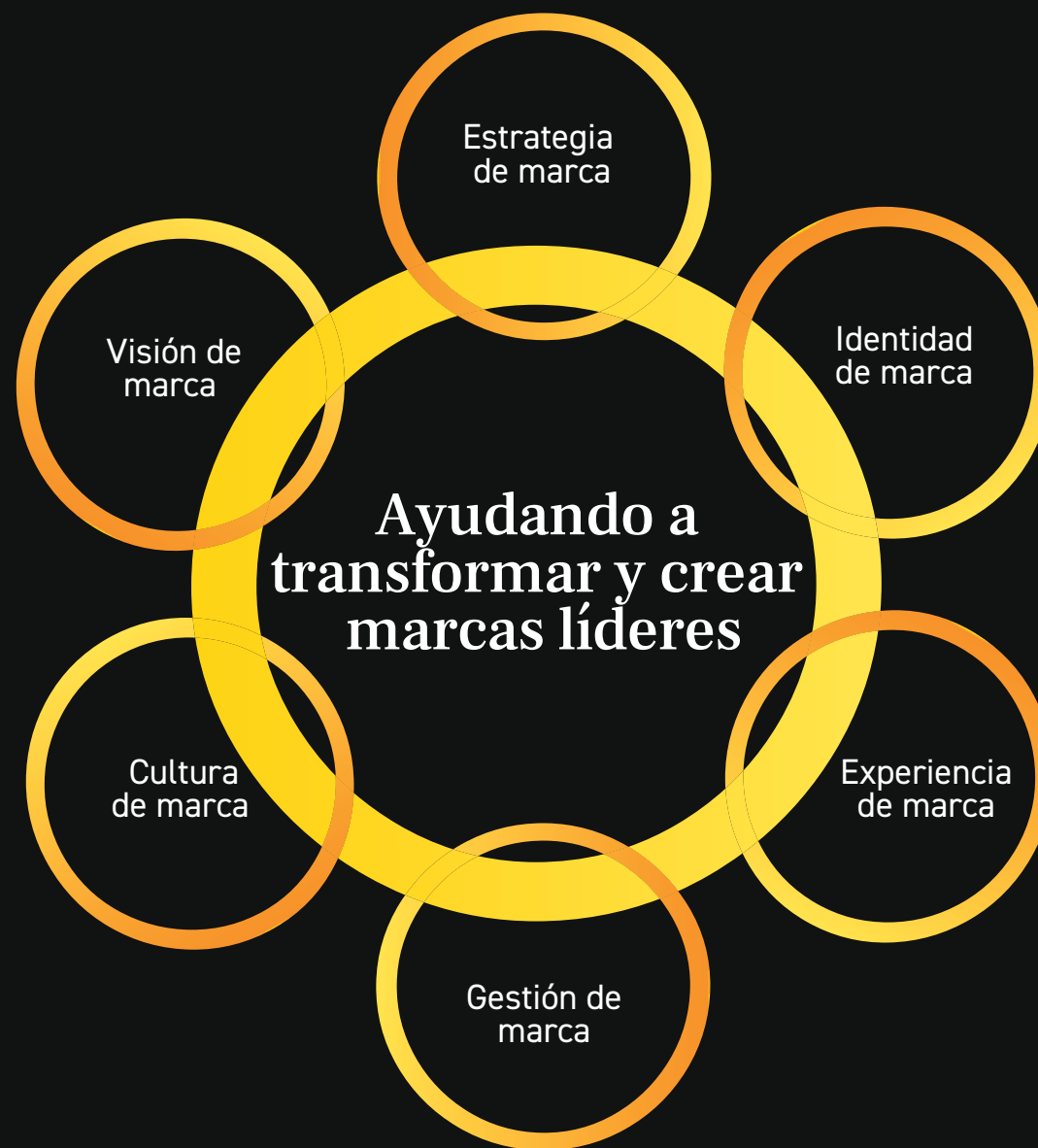
El proceso 4T



Nuestra metodología de trabajo se adapta a las necesidades de cada cliente y de cada proyecto.

NUESTRO PROBADO PROCESO

Nuestro camino
hacia poderosas
marcas
unificadoras



Nuestras disciplinas:

- Análisis y diagnóstico de marca
- Estrategia y posicionamiento de marca
- Identidad de marca
- Desarrollo de Brand language
- ToName.® Naming e identidad verbal
- Arquitectura de Marca/Nombre
- Branding 360° ®
- Storytelling
- Consultoría de marca
- Portafolio de marcas
- Implantación y rollout de la marca
- Wayfinding
- Customer journey
- Proyectos digitales
- Environmental design
- Guardianship y Stakeholders
- Diseño UX/UI
- Branding transmedia
- Mapeo de futuro e innovación
- Identidad del producto. Diseño de packaging
- Estrategias de sostenibilidad
- Metabranding
- TOTEM Together.® Cultura de marca. Talento, compromiso y atracción
- InNOWation.® Impulsar el crecimiento de la empresa, del negocio y personal
- TOTEMethodology®
- TOTEM Branding Academy ®
- TOTEM Limitless®



TOTEM

TRANSFORMANDO CLIENTES EN CREYENTES

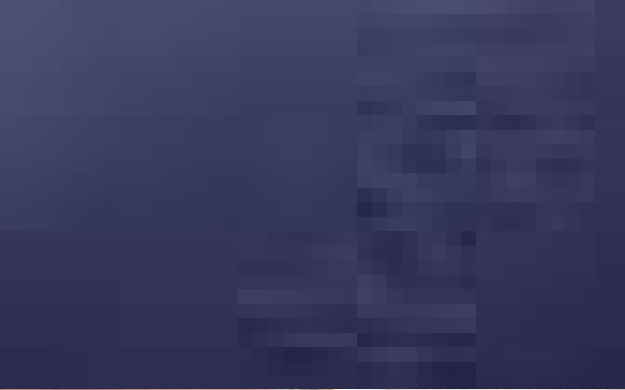
Los proyectos de Branding desarrollados por TOTEM son realizaciones únicas de visión, estrategia e implementación en co-creación con nuestros clientes. Transformando necesidades en soluciones para el cliente y el consumidor creando experiencias de marca tangibles.

Construyendo para las marcas de nuestros clientes un sentido de conexión, orgullo y pertenencia. Creando negocios mejores y más innovadores.

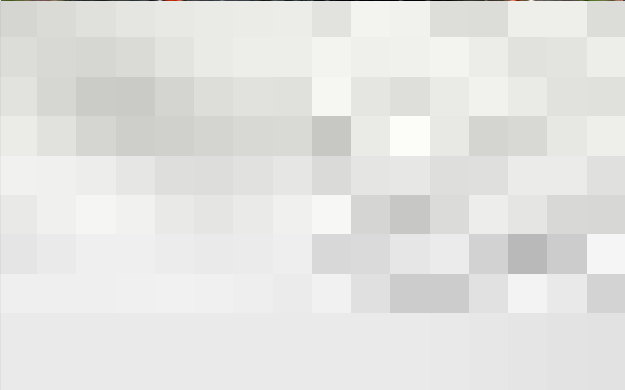


TOTEM





TOTEM



The TOTEM logo is positioned in the top right corner of the image. It consists of the word "TOTEM" in a bold, white, sans-serif font. The background of the entire image is a dark blue gradient with several large, overlapping circles in various colors (purple, green, yellow, red, blue) that create a vibrant, abstract pattern.

EN PALABRAS DE NUESTROS CLIENTES

“TOTEM Branding está considerada una de las principales empresas de branding”

**COMPROMETIDOS A
AYUDAR A CONSTRUIR
NEGOCIOS RENTABLES
Y DAR VALOR A LAS MARCAS**

UBBO de AXA reconocida con el premio "Consumer Choice" en 2020, 2021, 2022 y 2023 para la categoría Centro Comercial en el área del Gran Lisboa.



Bancolombia Premio al banco más sostenible del mundo. Obteniendo tal reconocimiento por segunda vez, tras hacerlo en 2018.



Lagoh de Lar España ha recibido el premio al "Mejor Centro Comercial de Gran Tamaño", entregado por la Asoc. Española de Centros Comerciales, siendo también galardonado como el mejor desarrollo Europeo en los European Design and Development Awards del European Council of Shopping Places.



Bebidas Vegetales Santal de Lactalis fue galardonado como Producto del año 2019 en la XIX edición del Gran Premio a la Innovación.

delSol ha recibido el Premio Top of Mind por séptimo año consecutivo y ha sido Gran Ganador del Ranking de Marcas.

En el XVII Congreso Español de Centros Comerciales y Parques Comerciales. Nominados a mejor cambio de marca: **SOM de ActivumSG, Islazul de Nuveen y Odeón de Eurofund.**

Campofrío Frescos ha obtenido la primera certificación Bienestar Animal Aenor Conform, un sello que asegura el tratamiento respetuoso del porcino.

En el XVI Congreso Español de Centros Comerciales y Parques Comerciales:



FAN Mallorca Shopping de Carmila recibió el premio a la mejor campaña de branding, re-branding o relanzamiento y el Premio del Jurado al mejor Gran Centro Comercial de España.



Parque La Colina de Parque Arauco recibió el Gold Award Design & Development. Elegido uno de los 3 centros comerciales preferidos en Bogotá y "el más agradable para comprar y moderno", según los bogotanos.

TOTEM

Proyectos Galardonados



En el XIV Congreso Español de Centros Comerciales y Parques Comerciales **Holea de Carmila** recibió "Mención Especial" en la categoría de Mejor Centro Comercial.



Islazul de Nuveen fue reconocido como el centro comercial y de ocio más sostenible de Madrid, el más sostenible de España y uno de los 3 más sostenibles de Europa.

En el XI Congreso Español de Centros Comerciales y Parques Comerciales **Gran Vía de Alicante de Europa Capital** recibió el premio al mejor re-branding.

Interporc (Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca) ganó en 2021 el Premio Guinness World Records.

En el X Congreso Español de Centros Comerciales y Parques Comerciales **Parquesur de Unibail-Rodamco-Westfield** recibió el premio a la mejor ampliación de un centro comercial.



Mallplaza es reconocido como el retailer más sostenible de Latinoamérica, recibiendo el premio en el Retail Hall Of Fame, concedido por América Retail.



Centros Comerciales Viva del Grupo Éxito consiguió cinco premios del International Council of Shopping Centers (ICSC).



Social de Parque Arauco fue Gold Winner en la categoría retail de los Premios Latin America & Caribbean Shopping Center Awards.



El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno ha concedido a **TROPS**, los Premios Alimentos de España a la Industria Alimentaria y a la Internacionalización Alimentaria. **TROPS** también recibió el "Premio Cooperativa del Año", en la VII edición de los Premios organizados por Cooperativas Agro-alimentarias de España.

TOTEM

Proyectos
Galardonados





Brandoffon. El Branding del Futuro considerado uno de los libros más influyentes del siglo XXI.



GEBCE Premio 'Excelencia a la Internacionalización'.



Favikon ha reconocido como creador #1 en el Ranking sobre Branding a nuestro CEO Andy Stalman, formando parte del prestigioso listado de TOP 200 Hispanic America Creators.



TOTEM Transformando clientes en creyentes uno de los libros más influyentes y best seller del año y número 1 en ventas en Amazon España.

Honest Awards Premio "Propósito Centrado en los Usuarios".



The Iconic Brand Awards (TIBA) ha reconocido a nuestro CEO, Andy Stalman, como parte del equipo de TOTEM Branding, como uno de los 35 Profesionales Excepcionales en los 5 continentes, por su impacto positivo en la industria del Branding/Marketing.



En la 4ta edición de los **Influencer Awards Spain**, que reconocen a los mejores creadores de contenidos e influencers del año, nuestro CEO Andy Stalman ha sido elegido finalista en la categoría Corporativo.

TOTEM

Proyectos Galardonados





NGIYA**B**ONGA
MERC**I**
ESKERRIK **A**SKO
DAN**K**E
TACKA **D**IG
THANK **Y**OU
FALEMIND**E**RIT
GRACIAS

Gracias[®]

Contacto

Andy Stalman

Managing Director

Ferraz, 78. 2º A

Madrid, 28008 - Spain

Teléfono: + 34 620 854 025

E-mail: andy@totembranding.com

Confidencial

Todo el contenido mostrado en este documento es propiedad de TOTEM BRANDING.

Este documento y su contenido son estrictamente confidenciales y para uso único y exclusivo del receptor. Este documento y/o las partes incluidas en él no pueden ser copiados, compartidos o reproducidos sin la autorización de TOTEM BRANDING.