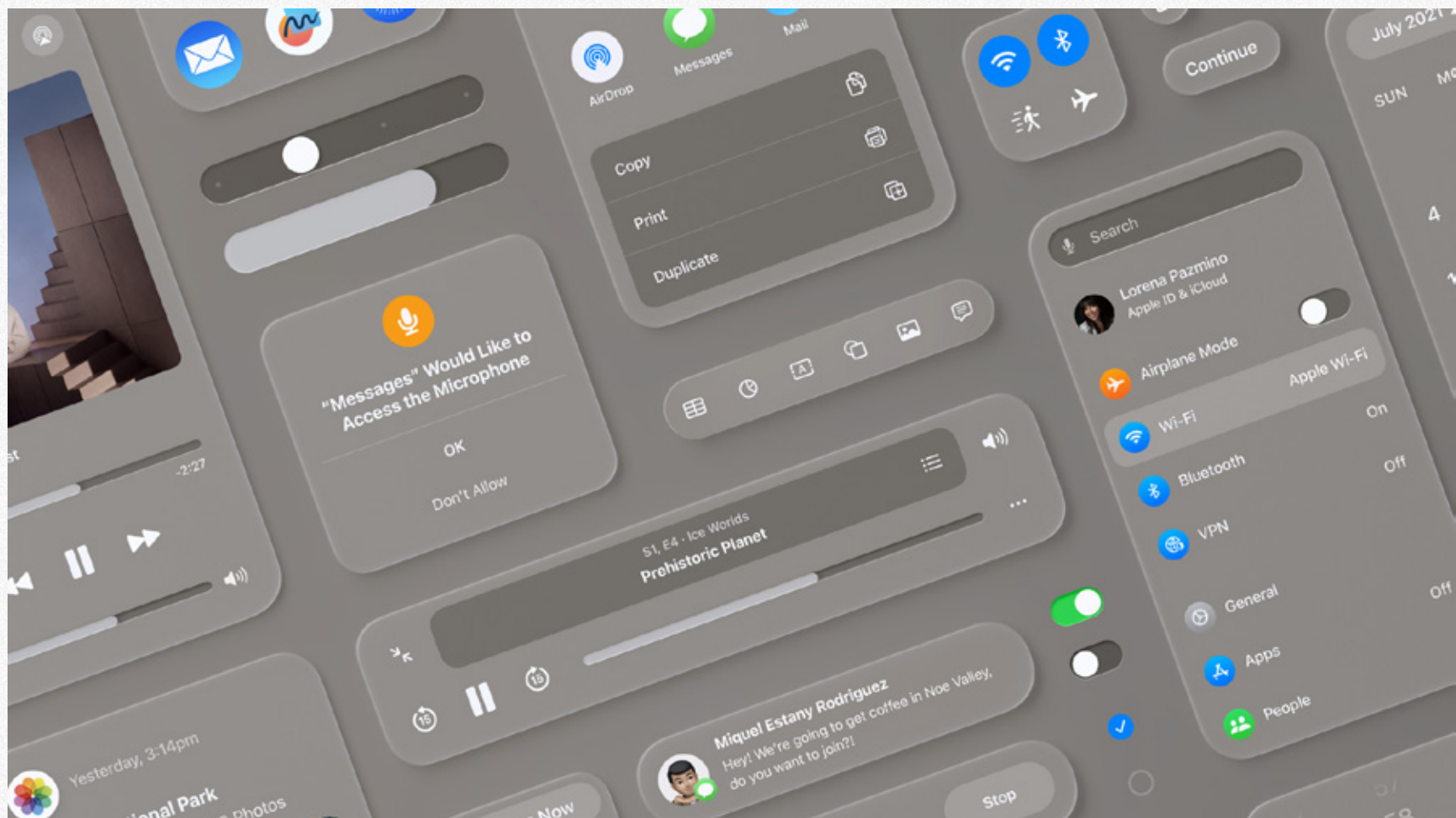
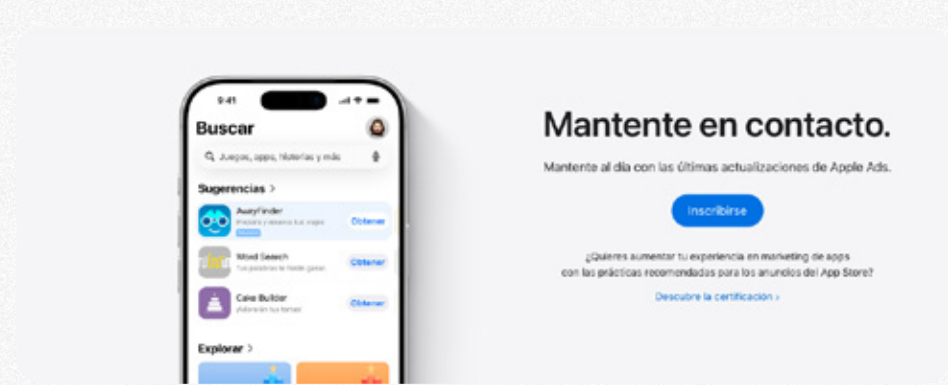




ERRORES **QUE DEBILITAN** LA PERCEPCIÓN DE TU MARCA

1. FALTA DE CONSISTENCIA VISUAL

CUANDO CADA ELEMENTO PARECE HECHO POR UNA MARCA DISTINTA, LA PERCEPCIÓN PIERDE FUERZA.

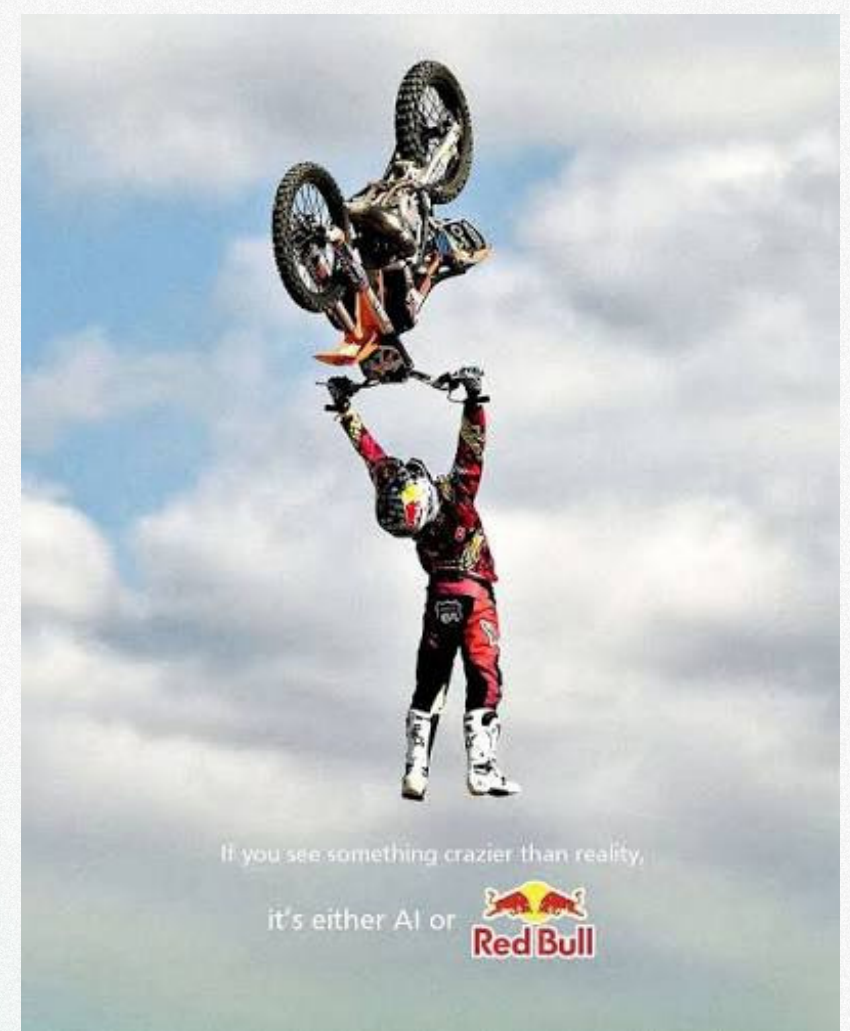


2. MOSTRAR PRODUCTOS NO EXPERIENCIAS

LAS PERSONAS RARA VEZ RECUERDAN UN PRODUCTO.
RECUERDAN CÓMO LAS HIZO SENTIR.

RED BULL NO VENDE LATAS, VENDE:

- DEPORTE
- AVENTURA
- ENERGÍA
- ADRENALINA
- CULTURA



3. COMUNICACIÓN EXCESIVAMENTE PROMOCIONAL

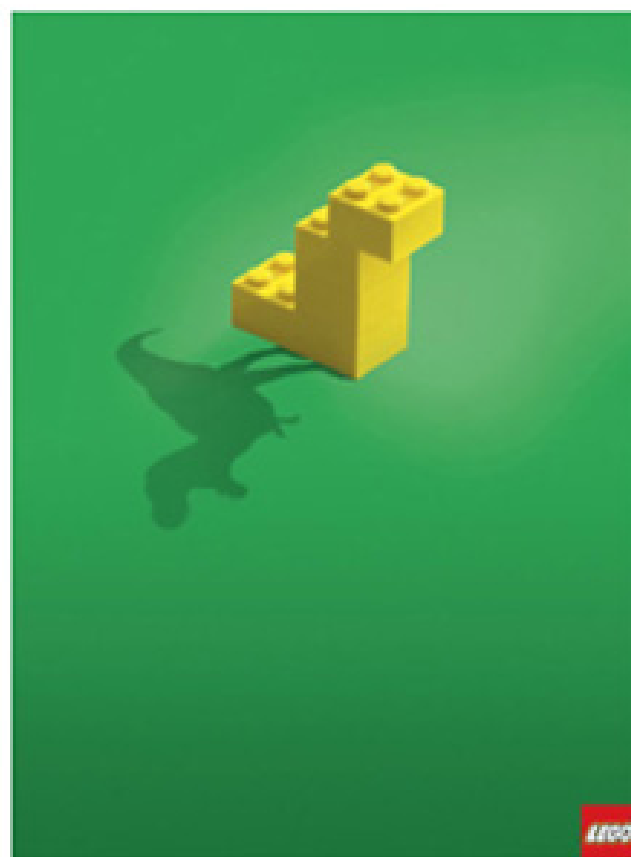
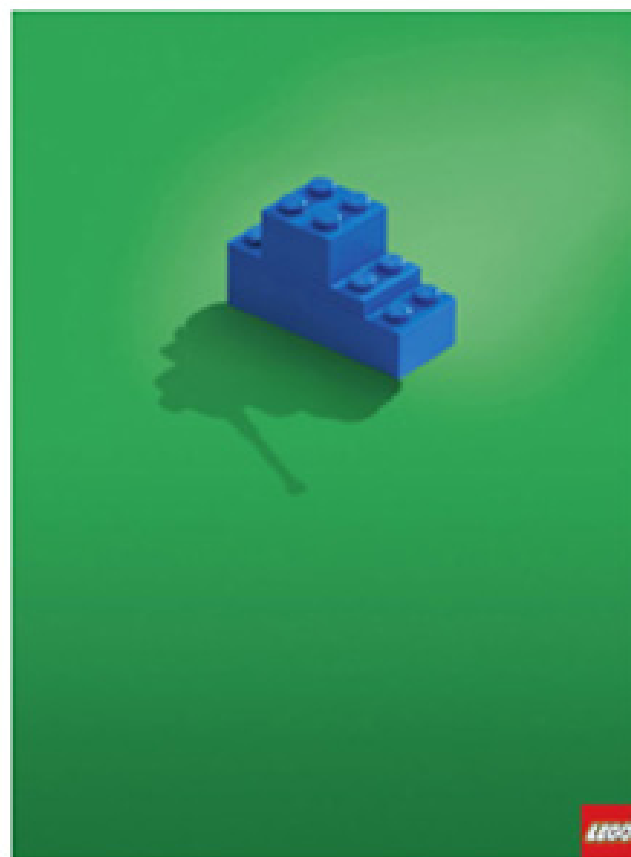
CUANDO TODO ES

- VENTA
- PROMOCIÓN
- DESCUENTO

LA MARCA PIERDE
CREDIBILIDAD.

POR EJEMPLO LEGO.

SU COMUNICACIÓN
ES PURA
CREATIVIDAD, NO
PROMOCIONES O
DESCUENTOS.



4. NO REFLEJAR EL VALOR REAL DE LA MARCA

LA PERCEPCIÓN INFLUYE DIRECTAMENTE EN EL VALOR QUE LAS PERSONAS ATRIBUYEN A UNA MARCA.

MUCHAS VECES EL PRODUCTO ES MEJOR QUE LA IMAGEN QUE LO REPRESENTA.



STARBUCKS TRADICIONAL VS STARBUCKS RESERVE
MISMO NEGOCIO. PERCEPCIÓN COMPLETAMENTE DISTINTA.

5. FALTA DE PERSONALIDAD

LAS MARCAS MEMORABLES TIENEN UNA FORMA PARTICULAR DE VERSE, HABLAR Y ACTUAR.
LA PERSONALIDAD ES LO QUE LAS HACE DIFÍCILES DE REEMPLAZAR.



CLUB DE AMIGOS DE DR. SIMI!
Descuentos y beneficios para ti

Compra 3 productos iguales y obtén un **> 33% DCTO. >** EN CADA UNO DE ELLOS.

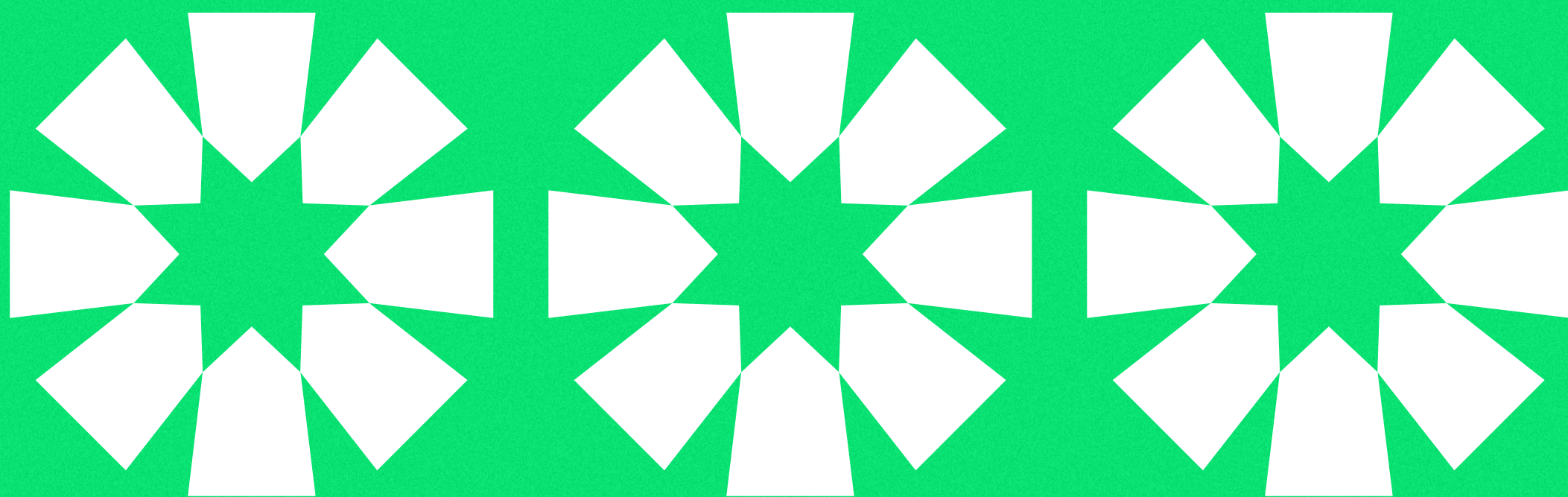
Principio activo 500mg
30 Cápsulas
B Bioequivalente

"Campaña de adhesión a tus tratamientos, por medio del Club Amigos del Dr. Simi tendrá vigencia indefinida. Revisa los términos, condiciones y exclusiones se contienen en las bases promocionales publicadas en www.farmaciasdoctorsimi.cl"

DR. SIMI = MEDICAMENTOS

LA PERSONALIDAD PUEDE DIFERENCIAR INCLUSO EL PRODUCTO MÁS COMÚN.

LA PERCEPCIÓN DE UNA MARCA
NO DEPENDE DE UNA SOLA CAMPAÑA.



SE CONSTRUYE A PARTIR DE
DECISIONES REPETIDAS
A LO LARGO DEL TIEMPO.
