

# El tono de la marca

Rafael Dossetti

WHAT IS YOUR STORY?

GOOD  
VIBES  
ONLY

WHAT IS YOUR STORY?



A man with short, graying hair, wearing a dark suit, is shown in a close-up shot. He has a surprised or concerned expression on his face, looking slightly to the right. The background is a dimly lit restaurant or dining room with several tables covered in white cloths and lit by small lamps. The overall atmosphere is formal and somewhat tense. A red and white YouTube watermark is overlaid on the center of the image.

YouTube

A close-up shot of an elderly man with white hair and glasses, smiling warmly. He is wearing a dark jacket over a plaid shirt. The background is a blurred crowd of people, suggesting a public event or gathering. A YouTube logo is overlaid on the image, centered over the man's chest.

You Tube



A man and a woman are sitting on a balcony at night, looking out over a city skyline. The woman is on the left, wearing a dark top, and the man is on the right, wearing a white t-shirt. They are both holding blue cans, likely beer. The balcony has a white railing with decorative balusters. In the background, there are trees and city lights. A large, semi-transparent YouTube logo is overlaid in the center of the image, partially covering the couple's faces. The logo consists of the word "You" in white and "Tube" in white on a red rounded rectangle background.

You Tube

The YouTube logo, consisting of the word "You" in black text and "Tube" in white text inside a red rounded rectangle.

Escolha seu futuro.  
Comece agora.

You  Tube



You Tube



BY  CHANGING  
NOTHING  
SHE  CHANGED  
EVERYTHING

# ¿Qué es el tono de marca?

---

El tono de marca es el estilo de comunicación que utiliza una marca para conectarse con su audiencia. El tono de marca incluye el lenguaje, las palabras clave, el humor, la voz, la personalidad y la imagen que se utilizan para representar a la marca.

El tono de una marca debe ser coherente y representar los valores y la cultura de la empresa. Además, debe ser apropiado para el público objetivo de la marca. Por ejemplo, si la marca está dirigida a un público joven, el tono debe ser más informal y amistoso, mientras que si la marca está dirigida a un público profesional, el tono debe ser más formal y empresarial. El tono de la marca también puede ser afectado por la industria en la que opera. Por ejemplo, una marca de moda puede tener un tono más creativo y artístico, mientras que una marca de servicios financieros puede tener un tono más serio y formal.

Es importante que la marca defina su tono y lo mantenga consistente en todas sus comunicaciones. Esto ayuda a crear una imagen de marca sólida y reconocible, y ayuda a establecer una relación sólida y duradera con su audiencia.

# Tipos de tonos

---

**Amistoso:** Un tono amistoso es cercano e informal. Se utiliza para establecer una relación cercana con la audiencia, lo que ayuda a fomentar la confianza y la lealtad del consumidor. Este tono es común en marcas de productos para el hogar y en marcas de comida rápida, donde la relación con el cliente es clave para su éxito. Un ejemplo de una marca que utiliza un tono amistoso es McDonald's, que utiliza frases como "I'm Lovin' It" en su publicidad y en su sitio web para conectar con su audiencia.

**Divertido:** Un tono divertido se utiliza para marcas que buscan ser vistas como creativas y fuera de lo común. Este tono puede ayudar a la marca a destacar en un mercado saturado y atraer a un público joven y atractivo. Un ejemplo de una marca que utiliza un tono divertido es Old Spice, que utiliza anuncios publicitarios humorísticos y extravagantes para promocionar sus productos.

**Inspirador:** Un tono inspirador se utiliza para motivar y alentar a la audiencia a alcanzar sus metas y sueños. Este tono es común en marcas deportivas y de fitness, así como en algunas marcas de moda. Un ejemplo de una marca que utiliza un tono inspirador es Nike, que utiliza el eslogan "Just Do It" en su publicidad para animar a su audiencia a ser activa y perseguir sus objetivos.

# Tipos de tonos

---

**Serio:** Un tono serio se utiliza para marcas que buscan transmitir una imagen de profesionalismo y seriedad. Este tono es común en marcas de servicios financieros, abogados y profesionales de la salud, donde la credibilidad y la confianza son fundamentales para la relación con el cliente. Un ejemplo de una marca que utiliza un tono serio es Goldman Sachs, que utiliza un lenguaje formal y técnico en su comunicación para reflejar su experiencia y conocimientos.

**Aventurero:** Un tono aventurero se utiliza para marcas que quieren transmitir una sensación de exploración y descubrimiento. Este tono es común en marcas de viajes y turismo, así como en algunas marcas de moda y deportes extremos. Un ejemplo de una marca que utiliza un tono aventurero es The North Face, que utiliza imágenes y mensajes que inspiran la exploración y el desafío.

**Educacional:** Un tono educacional se utiliza para marcas que quieren enseñar o informar a su audiencia sobre un tema específico. Este tono es común en marcas de tecnología y algunas marcas de alimentos y bebidas. Un ejemplo de una marca que utiliza un tono educacional es Apple, que utiliza su sitio web y sus comunicaciones para educar a los clientes sobre las características y beneficios de sus productos.

# Tipos de tonos

---

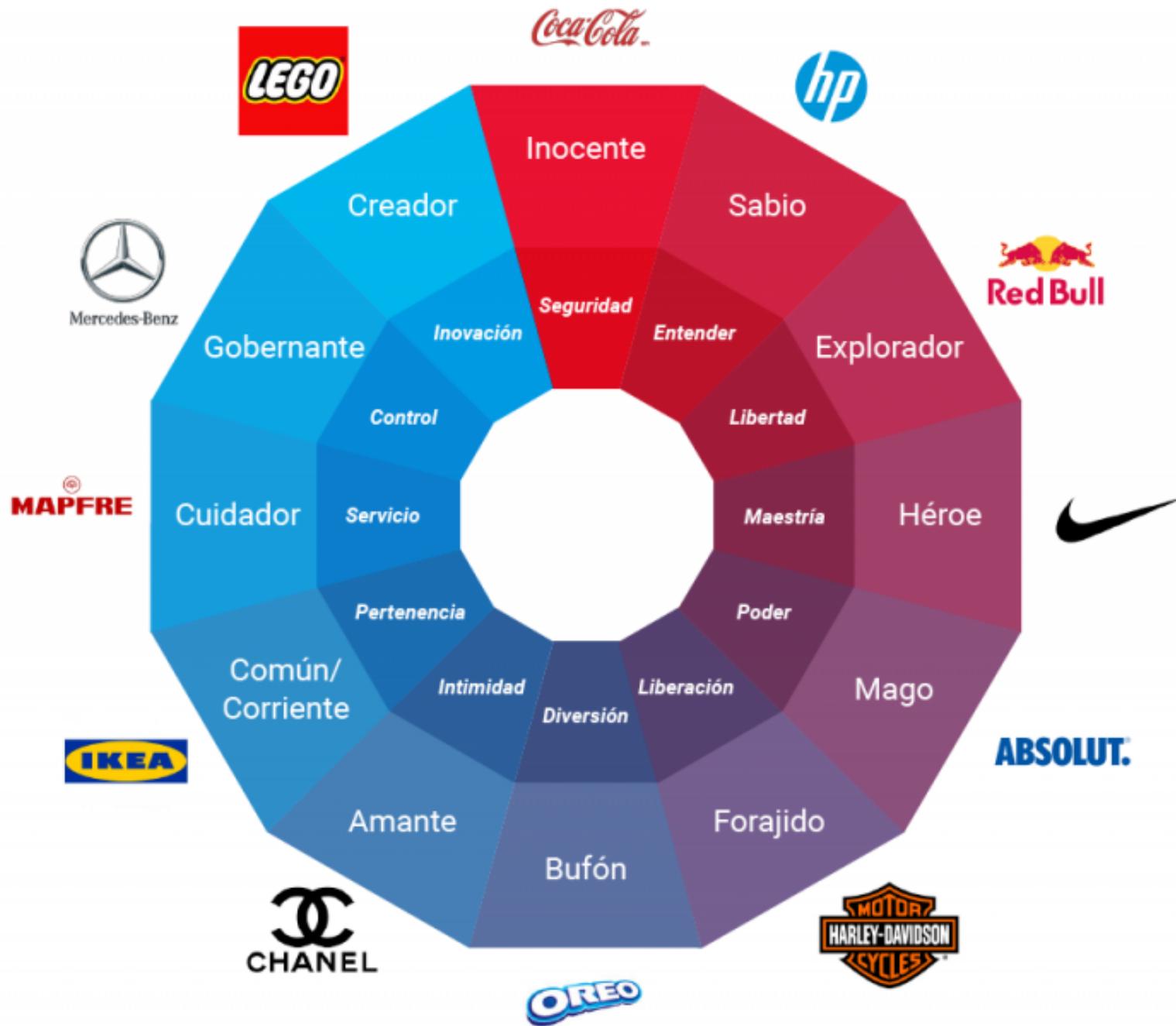
Amistoso: Coca-Cola, McDonald's, Facebook, Disney

Divertido: Old Spice, Skittles, Taco Bell, M&M's

Inspirador: Nike, Adidas, Under Armour, GoPro  
Serio: IBM, Goldman Sachs, Johnson & Johnson, General Electric

Aventurero: Red Bull, The North Face, Jeep, Patagonia

Educacional: Apple, Google, Microsoft, National Geographic

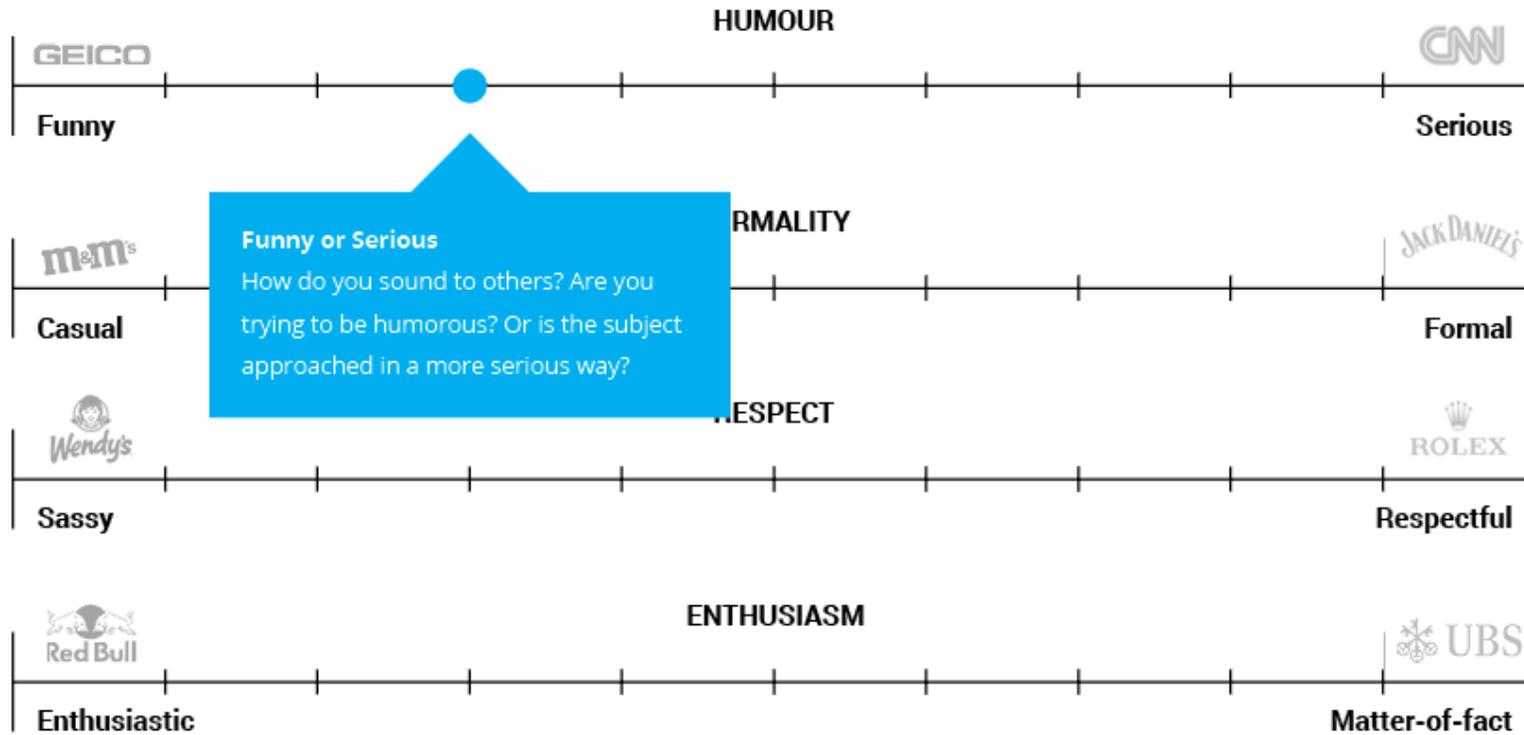


BRAND PERSONA

8

Brand Voice – Are you **funny** or **serious**

1 min

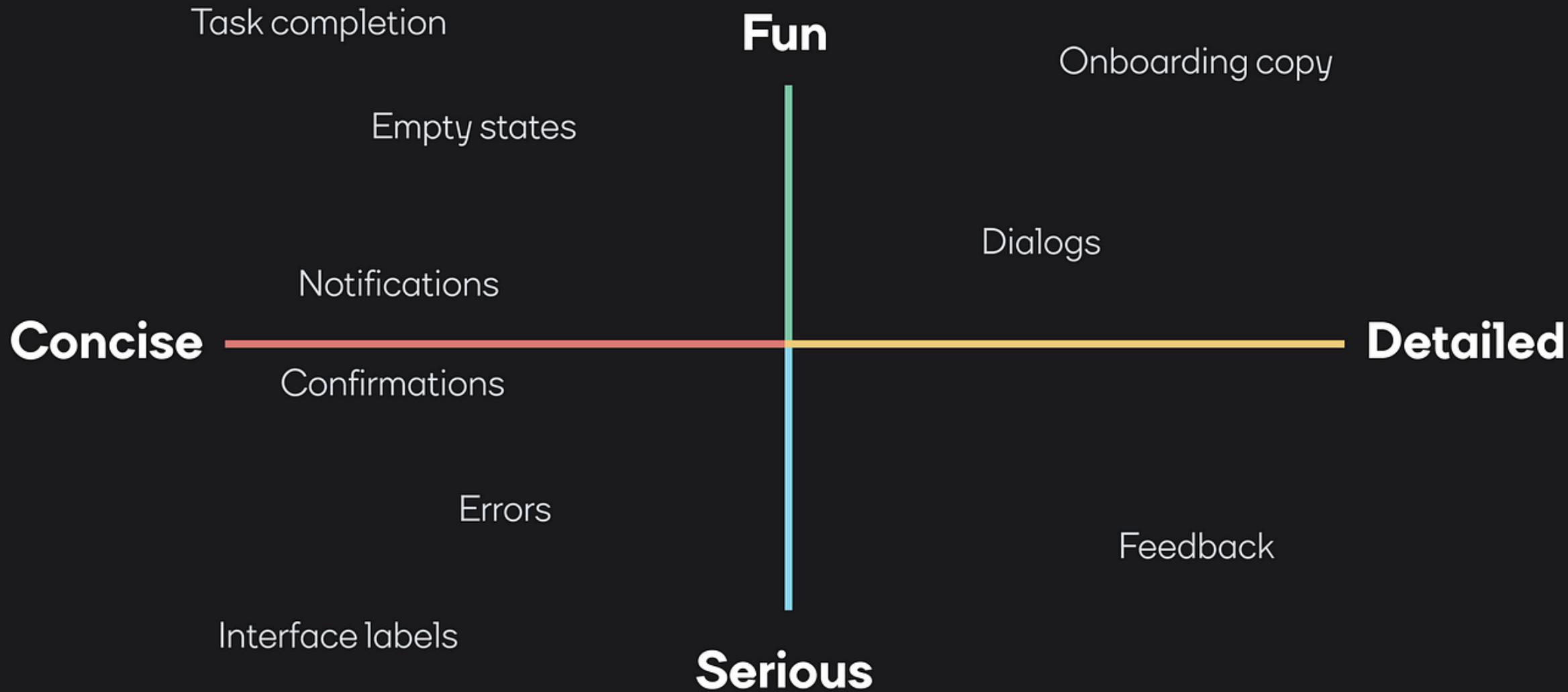


# Gráfica de tono

---

La gráfica de tono se representa en un eje vertical, que muestra la emoción o el sentimiento que se quiere transmitir, y un eje horizontal que representa el tono, desde lo informal hasta lo formal.

La gráfica de tono es una herramienta útil para que las marcas aseguren que su tono de comunicación sea coherente y consistente en todos los puntos de contacto con la audiencia, incluyendo publicidad, redes sociales, correo electrónico y otros medios de comunicación. Además, la gráfica de tono también puede ser utilizada como una herramienta de capacitación para que los empleados de la marca entiendan el tono de la marca y puedan comunicarse de manera efectiva con la audiencia.



# Ejemplos de gráficas

---

**Mailchimp:** utiliza una gráfica de tono que representa un eje vertical que va desde "divertido" hasta "serio" y un eje horizontal que va desde "amigable" hasta "informal". El tono de Mailchimp se ubica en la parte superior derecha de la gráfica, lo que significa que es divertido e informal, pero no demasiado amigable.

**Airbnb:** utiliza una gráfica de tono que representa un eje vertical que va desde "simple" hasta "inspirador" y un eje horizontal que va desde "humilde" hasta "sofisticado". El tono de Airbnb se ubica en la parte superior derecha de la gráfica, lo que significa que es inspirador y sofisticado, pero no demasiado humilde.

**Slack:** utiliza una gráfica de tono que representa un eje vertical que va desde "divertido" hasta "serio" y un eje horizontal que va desde "lúdico" hasta "elegante". El tono de Slack se ubica en el centro de la gráfica, lo que significa que es serio pero lúdico, y elegante pero no demasiado formal.

# Gracias

Rafael Dossetti

WHAT IS YOUR STORY?

