

LAUDEA

¿Cómo lograr que una empresa de prestigio mantenga su imagen cuando cambia de nombre?
¿Cómo hacer que la marca sea un factor que aporte valor en un sector como el inmobiliario, en el que normalmente no se invierte en marca?

Estos eran los principales retos que se nos planteaban cuando se nos encargó la creación de una nueva marca tras la decisión de sus fundadores de comenzar una nueva etapa por separado.

¿QUÉ MARCA TIENE TU CASA?

Durante años las inmobiliarias han vendido sus promociones sin necesidad de construir marca ni invertir apenas en comunicación. Ubicación y precio son las principales variables que contempla el potencial comprador de una vivienda. Entonces, ¿qué papel juega la marca en todo el proceso? Si bien algunas empresas consideran que en el contexto económico actual la marca no es un activo clave, otras están trabajando para construir marca, preparándose para un futuro cercano en el que la actual efervescencia puede haber pasado.



LAUDEA

Para la gestación de la nueva marca, SUMMA realizó un riguroso análisis estratégico a partir del cual se definieron los valores, atributos, posicionamiento y promesa de la nueva marca, de acuerdo a la visión de su equipo directivo: "ser el principal referente de calidad en el mundo inmobiliario". La nueva empresa nació con la vocación de especializarse en la promoción de viviendas construidas con criterios de máxima calidad y ubicadas en localizaciones seleccionadas de la forma más exigente. A partir de la estrategia de marca, se puso en marcha un proceso de naming, del cual nació el nombre Laudea (neologismo que procede del latín Laus, laudo) que significa alabanza, elogio.

Algunas marcas plasman sus valores y posicionamiento en un eslogan omnipresente en su comunicación: Ferrovial con "Casas para vivir" y Grupo Pinar con "Proyectar el futuro, construir el presente" son algunos ejemplos. FADESA ha apostado por el patrocinio del Deportivo de La Coruña. REALIA por la incorporación en su logotipo de su proyecto más emblemático (las Torres Kio). Grupo Lar refleja en su arquitectura de marcas la segmentación del mercado.

Laudea remite a los atributos principales de la marca: reconocimiento, status, prestigio, seguridad y confianza. Es un nombre corto, distintivo y fácil de recordar que sitúa a la marca en el ámbito del prestigio, la experiencia y la profesionalidad que le corresponden.

UNA IDENTIDAD VISUAL SENCILLA, MODERNA Y EFECTIVA

El siguiente paso fue la creación de la identidad visual corporativa, que se caracteriza por una tipografía sobria, elegante y rica en su tratamiento cromático, junto a una escuadra que simboliza la excelencia en la construcción. Símbolo a partir de la cual se construye un estilo visual que se manifiesta con fuerza y coherencia en todos los soportes de expresión de la marca, como publicaciones corporativas, material comercial, web site y comunicación publicitaria.

