

#WCVLC22

# Design to sell: Cómo destacar en la era del blanding

Fernando José Pérez



WordCamp  
València  
2022



# Fernando José Pérez

*Brand Creative Director  
WooCommerce, Automattic*

Twitter: @ffffferpi  
mail: fernando.jose@me.com  
web: [fernandojose.es](https://fernandojose.es)

#WCVLC22

YVES SAINT LAURENT



**SAINT LAURENT**

BALENCIAGA



**BALENCIAGA**

**BURBERRY**  
*London, England*



**BURBERRY**  
LONDON ENGLAND

Berluti  
Paris



**BERLUTI**  
PARIS

BALMAIN  
PARIS



**BALMAIN**  
PARIS

REW ◀◀

# ¿Qué es el blanding?

WordCamp  
València  
2022

#WCVLC22

*def.*

# **blanding**

- (1) Integración de la marca en el entorno.
- (2) Simplificación al máximo los elementos de marca.
- (3) Marcas trabajadas para mezclarse con las otras, no para ser diferentes entre ellas.

## Fashion

BALENCIAGA



**BALENCIAGA**



**BURBERRY**  
LONDON ENGLAND

YVES SAINT LAURENT



**SAINT LAURENT**

Berluti



**BERLUTI**

BALMAIN  
PARIS



**BALMAIN**  
PARIS



RIMOWA



DIANE VON  
FURSTENBERG

## Tech

*Revolut*



**Revolut**

Google



Google

**Microsoft**



Microsoft

*airbnb*



airbnb

*Spotify*



Spotify®

*Pinterest*



Pinterest

*ebay*



ebay™

#WCVLC22



## We Are Humaaan After All

Fitts's law is a predictive model of human movement primarily used in human-computer interaction and ergonomics.

[Get Humaaan](#)

Fitts's law has been shown to apply under a variety of conditions



# Hinge

Designed to be deleted





#WCVLC22



ASUS Zenfone 5



iPhone X



Ulefone T2 Pro



Leagoo S9



Huawei P20



Doozee V



OPPO R15



LG G7



# blanding



#WCVLC22

Pasar desapercibido  
Escasa diferenciación  
Pérdida de empatía con el usuario  
Cortoplacista  
Pérdida de personalidad

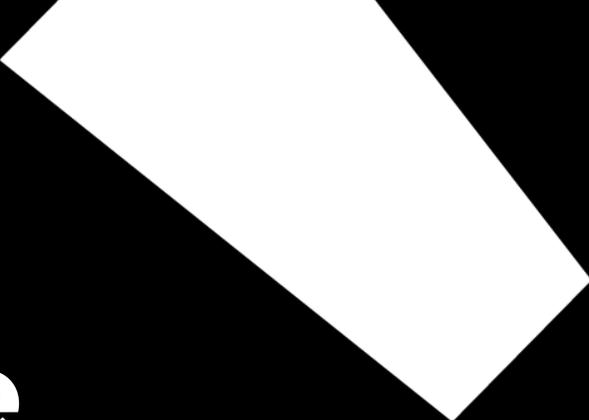
...

Omnicanalidad  
Facilidad de aplicación  
Tendencia minimalista  
Centrados en el producto  
Protección de propiedad intelectual

...

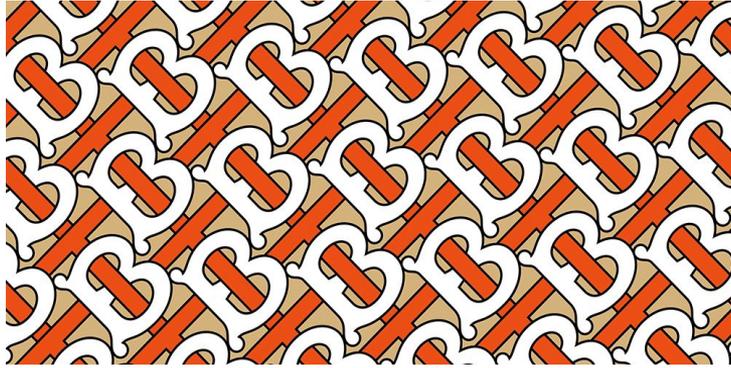
#WCVLC22

**¿Cómo se  
diferencian  
estas marcas?**



WordCamp  
València  
2022

# BURBERRY



# ADOLF DOMINGUEZ



#WCVLC22

**¿Qué pasa si no  
construimos el  
resto de la marca?**



WordCamp  
València  
2022

Declara un siniestro 900 24 20 20

Contrata un nuevo seguro **91 198 18 77**  
900 59 98 62

## Llévate una cesta gourmet\*



al contratar tu seguro de **Hogar o Decesos**

\*Consulta las condiciones de la promoción aquí

### Te llamamos gratis

Teléfono

Elige tu seguro

He leído y acepto la información sobre la Protección de datos

Te llamamos

## Seguros para cada necesidad: Seguros de Vida, Hogar y Decesos

Con la mejor calidad/precio y amplia cobertura a tus necesidades.



### Seguros de Vida

Tener un seguro de vida es importante, sobre todo si tenemos hijos o personas a nuestro cargo y somos la fuente de ingresos de nuestro hogar. Elige el que más se adapte a tus necesidades.

#### PlanVida General y Single

Un **seguro de Vida-Riesgo asequible**, sin reconocimiento médico y que se adapta a las necesidades según tu etapa de vida.



### Seguros de Hogar

Protege tu casa y tus bienes frente a los principales daños materiales que puedan ocurrir: un incendio, roturas de tuberías, cristales, robos... y pongan en peligro tu hogar y tu patrimonio.

#### Hogar Eficaz

Te ofrecemos el **seguro de hogar eficaz** de Santalucía. Dispondrás de las coberturas y garantías esenciales que más se adaptan a ti y



### Seguros de Decesos

Siente la tranquilidad de evitar a tu familia los trámites y gastos derivados de un fallecimiento. Un seguro con las garantías y coberturas pensadas para diferentes etapas y situaciones de la vida.

#### Asistencia familiar iPlus

Un **seguro innovador y flexible** que te permite contratar las garantías que necesites para ajustarlo a tu medida y a la de tu familia.



al contratar tu seguro de **Hogar o Decesos**

\*Consulta las condiciones de la promoción aquí

### Te llamamos gratis

 He leído y acepto la información sobre la Protección de datos

Te llamamos

## Seguros para cada necesidad: Seguros de Vida, Hogar y Decesos

Con la mejor calidad/precio y amplia cobertura a tus necesidades.



### Seguros de Vida

Tener un seguro de vida es importante, sobre todo si tenemos hijos o personas a nuestro cargo y somos la fuente de ingresos de nuestro hogar. Elige el que más se adapte a tus necesidades.

#### PlanVida General y Single

Un **seguro de Vida-Riesgo asequible**, sin reconocimiento médico y que se adapta a las necesidades según tu etapa de vida.



### Seguros de Hogar

Protege tu casa y tus bienes frente a los principales daños materiales que puedan ocurrir: un incendio, roturas de tuberías, cristales, robos... y pongan en peligro tu hogar y tu patrimonio.

#### Hogar Eficaz

Te ofrecemos el **seguro de hogar eficaz** de Santalucía. Dispondrás de las coberturas y garantías esenciales que más se adaptan a ti y



### Seguros de Decesos

Siente la tranquilidad de evitar a tu familia los trámites y gastos derivados de un fallecimiento. Un seguro con las garantías y coberturas pensadas para diferentes etapas y situaciones de la vida.

#### Asistencia familiar iPlus

Un **seguro innovador y flexible** que te permite contratar las garantías que necesites para ajustarlo a tu medida y a la de tu familia.



al contratar tu seguro de **Hogar o Decesos**

\*Consulta las condiciones de la promoción aquí

### Te llamamos gratis

Teléfono

Elige tu seguro

He leído y acepto la información sobre la Protección de datos

Te llamamos

## Seguros para cada necesidad: Seguros de Vida, Hogar y Decesos

Con la mejor calidad/precio y amplia cobertura a tus necesidades.



### Seguros de Vida

Tener un seguro de vida es importante, sobre todo si tenemos hijos o personas a nuestro cargo y somos la fuente de ingresos de nuestro hogar. Elige el que más se adapte a tus necesidades.

#### PlanVida General y Single

Un **seguro de Vida-Riesgo asequible**, sin reconocimiento médico y que se adapta a las necesidades según tu etapa de vida.



### Seguros de Hogar

Protege tu casa y tus bienes frente a los principales daños materiales que puedan ocurrir: un incendio, roturas de tuberías, cristales, robos... y pongan en peligro tu hogar y tu patrimonio.

#### Hogar Eficaz

Te ofrecemos el **seguro de hogar eficaz** de Santalucía. Dispondrás de las coberturas y garantías esenciales que más se adaptan a ti y



### Seguros de Decesos

Siente la tranquilidad de evitar a tu familia los trámites y gastos derivados de un fallecimiento. Un seguro con las garantías y coberturas pensadas para diferentes etapas y situaciones de la vida.

#### Asistencia familiar iPlus

Un **seguro innovador y flexible** que te permite contratar las garantías que necesites para ajustarlo a tu medida y a la de tu familia.



al contratar tu seguro de **Hogar o Decesos**

\*Consulta las condiciones de la promoción aquí

## Te llamamos gratis

Teléfono

Elige tu seguro

He leído y acepto la información sobre la Protección de datos

Te llamamos

## Seguros para cada necesidad: Seguros de Vida, Hogar y Decesos

Con la mejor calidad/precio y amplia  
cobertura a tus necesidades.



### Seguros de Vida

Tener un seguro de vida es importante, sobre todo si tenemos hijos o personas a nuestro cargo y somos la fuente de ingresos de nuestro hogar. Elige el que más se adapte a tus necesidades.

#### PlanVida General y Single

Un **seguro de Vida-Riesgo asequible**, sin reconocimiento médico y que se adapta a las necesidades según tu etapa de vida.



### Seguros de Hogar

Protege tu casa y tus bienes frente a los principales daños materiales que puedan ocurrir: un incendio, roturas de tuberías, cristales, robos... y pongan en peligro tu hogar y tu patrimonio.

#### Hogar Eficaz

Te ofrecemos el **seguro de hogar eficaz** de Santalucía. Dispondrás de las coberturas y garantías esenciales que más se adaptan a ti y



### Seguros de Decesos

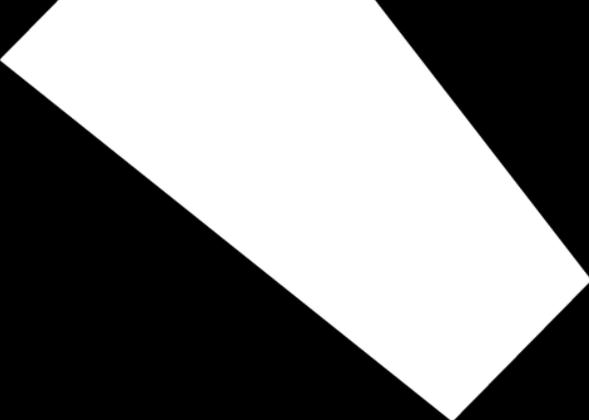
Siente la tranquilidad de evitar a tu familia los trámites y gastos derivados de un fallecimiento. Un seguro con las garantías y coberturas pensadas para diferentes etapas y situaciones de la vida.

#### Asistencia familiar iPlus

Un **seguro innovador y flexible** que te permite contratar las garantías que necesites para ajustarlo a tu medida y a la de tu familia.

#WCVLC22

¿Cómo  
destacar?

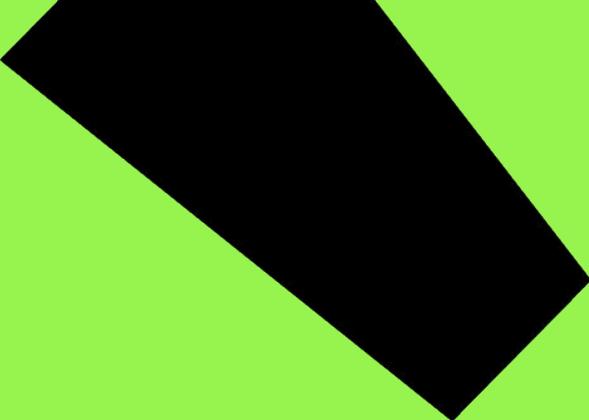
A large white geometric shape, resembling a parallelogram or a tilted rectangle, is positioned in the upper right corner of the image.

WordCamp  
València  
2022

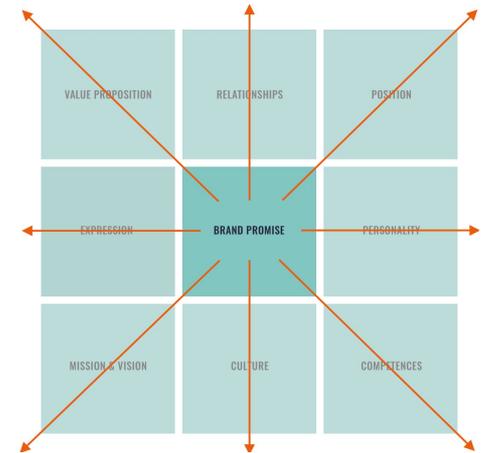
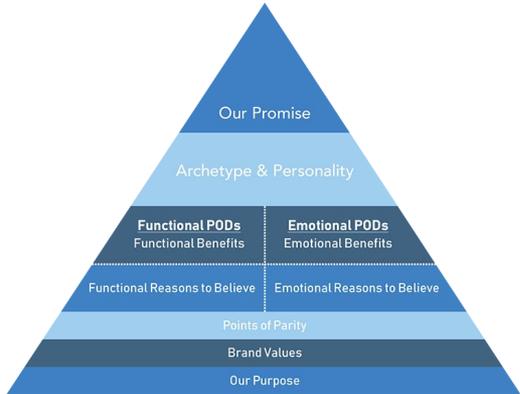
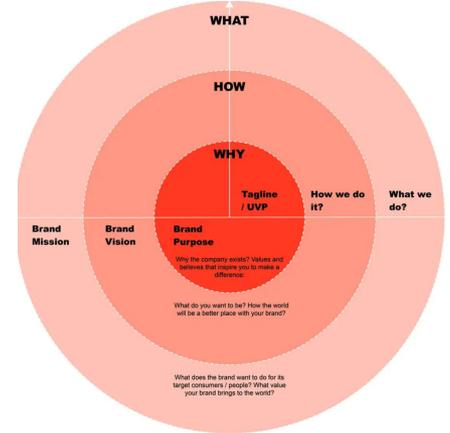
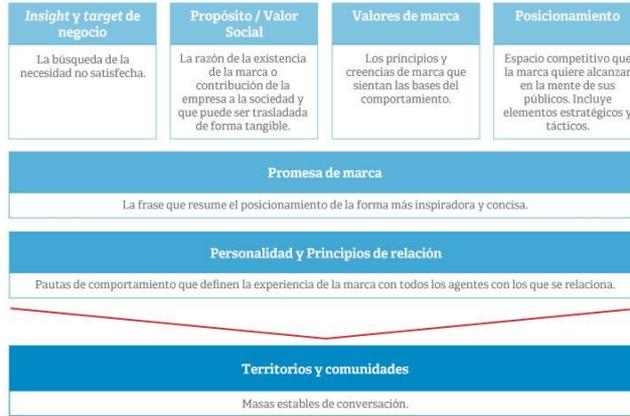
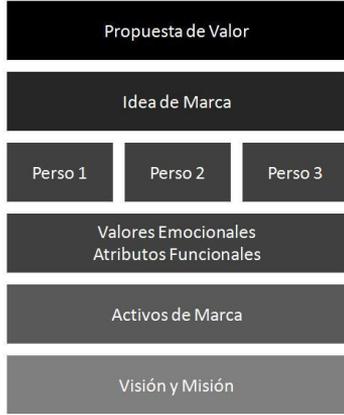
#WCVLC22

01

# Define el ADN de tu marca y comunícalo



WordCamp  
València  
2022



## 1. Propósito

Razón de ser o causa principal por la que tu negocio existe más allá de ganar dinero.

---

## 2. Posicionamiento

Responde a tres preguntas: quiénes somos, qué hacemos, y por qué somos importantes para nuestro público.

---

## 3. Valores

Son los pensamientos o lemas en los que nos basamos para definirnos como negocio.



*Imaginamos un mundo donde cualquiera puede pertenecer a cualquier lugar*

---

*Una plataforma en línea que conecta a las personas con hogares y experiencias de viaje únicas, y con sus anfitriones locales.*

---

*Cultural  
Aventurera  
Divertida  
Genuina*

#WCVLC22

**Walk the talk**



96%

de las afirmaciones  
ecológicas de H&M  
estaban en contra de  
las pautas de la  
comisión de la UE

Changing Markets

#WCVLC22





**Un caso de éxito,  
poniendo sus  
valores por  
encima de todo.**

#WCVLC22







¿Cómo podemos aplicarlo en el mundo del ecommerce?

**Dedica un espacio de tu sitio a tu marca, comunica tus valores y tu propósito.**

#WCVLC22

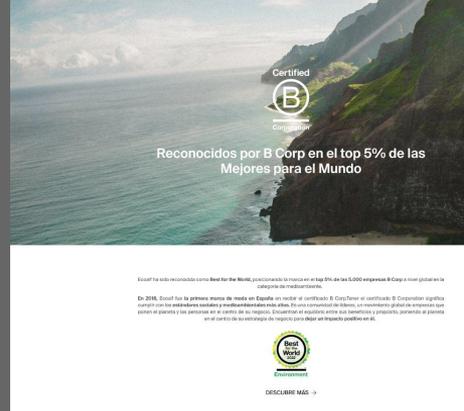
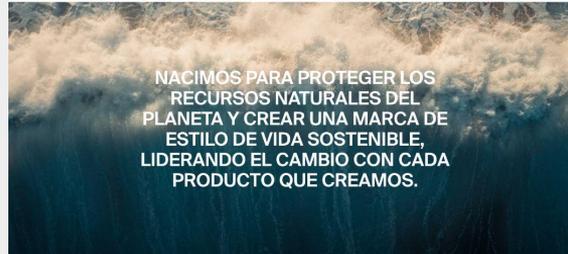


Nuestro laboratorio colabora con los clientes para crear y probar nuevos productos y servicios. Nuestra filosofía es el uso responsable de los recursos y el respeto por el medio ambiente. Creamos productos innovadores que mejoran la vida de nuestros clientes.

Colaboramos con nuestros clientes para crear productos que mejoran la vida de nuestros clientes. Creamos productos innovadores que mejoran la vida de nuestros clientes.

Colaboramos con nuestros clientes para crear productos que mejoran la vida de nuestros clientes. Creamos productos innovadores que mejoran la vida de nuestros clientes.

MULER SCABRE NIROS VALORES FUNDACION ECOALF



**COMPROMISO**  
Con nuestro planeta, el medio ambiente y las personas. Con nuestros valores, con nuestros colaboradores y cada persona que trabaja con nosotros. Responsables, serios, comprometidos con nuestro planeta.

**CONCIENCIA**  
Entre lo que decimos y lo que hacemos. Siempre siendo conscientes con nuestros valores, siendo serios que necesitamos nuestros valores y compromiso.

**TRANSPARENCIA**  
En los últimos 10 años, hemos pasado considerablemente tiempo creando nuestro propio código de conducta, nuestro propio código de ética, nuestro propio código de conducta, nuestro propio código de ética. Y creemos que es importante que nuestros clientes puedan hablar abiertamente de lo que hacemos, y cómo lo hacemos.

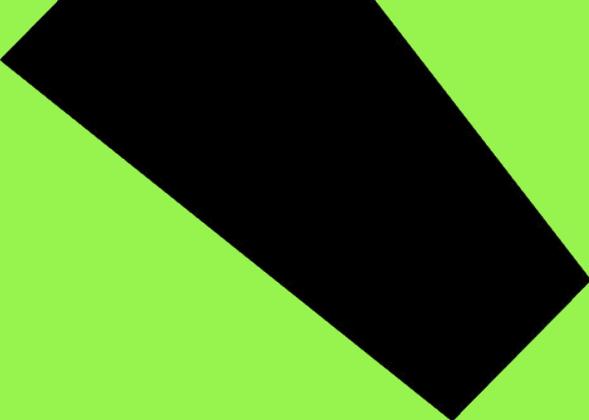
**INTEGRIDAD**  
En cualquier circunstancia, de nosotros a la parte nuestra. Integridad, honestidad y serios. Sin serios, perfectos y serios. Serios, perfectos y serios. Serios, perfectos y serios.



#WCVLC22

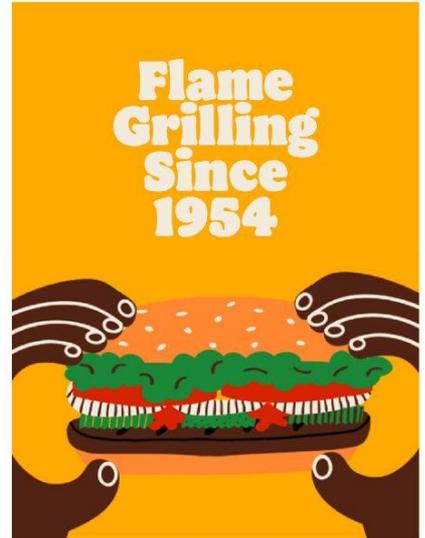
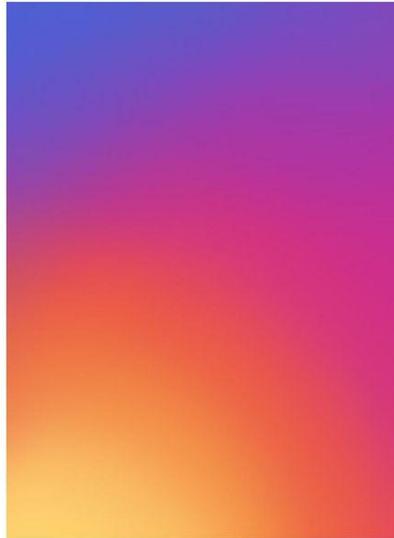
02

# Construye el universo visual



WordCamp  
València  
2022

**Homerködj**



#WCVLC22

Tu marca es **más**  
que un logotipo

#WCVLC22

Al igual que en una orquesta, una marca necesita múltiples capas que funcionen en armonía.



**Logotipo**  
**Paleta de color**  
**Tipografía**  
**Pictogramas**  
**Ilustración**  
**Fotografía**  
**Key visual**  
**Tono de voz**

**Packaging**  
**Animaciones**  
**Redes sociales**  
**Uniformes**  
**Sistema digital**  
**Aroma de**  
**marca**  
**Sonido de marca**

#WCVLC22



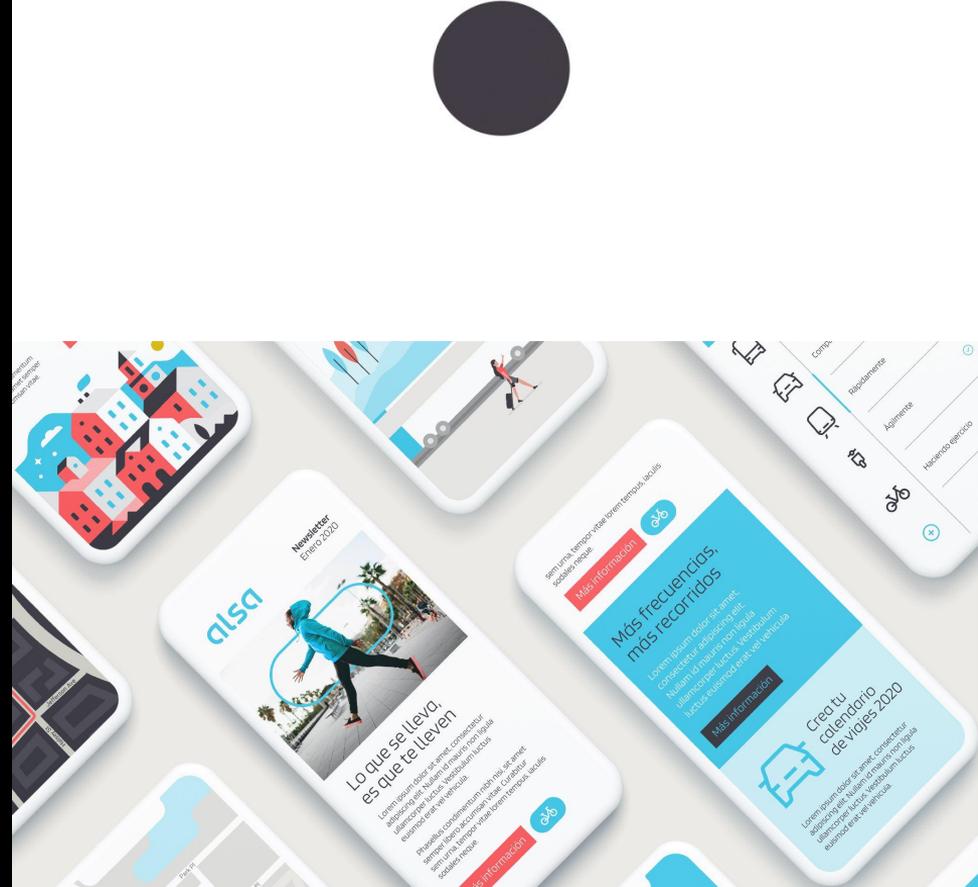
Una oportunidad perdida. Caen en la repetición constante del logotipo.





Llevar el “hasta donde tu quieras” hasta cada rincón de la gráfica.

#WCVLC22





Madrid  
Oviedo



S  
→

£  
L

**19,95€**





¿Cómo podemos aplicarlo en el mundo del ecommerce?

**Aplica tu universo visual en tu web, diferénciate del resto.**

#WCVLC22

Spacealty Coffee

Shop

Orbita

Wholesale

Contacto

Carro (0)

Login

Es

# ORBITA

Guatemala  
Los Arroyos



Chocolate negro  
Nuez moscada  
Avellanas

250g, 1kg  
11,50€ - 46€

Filtro      Espresso

Colombia  
La Vega



Arándanos  
Lavanda  
Flor de Saúco

250g, 1kg  
15€ - 60€

Filtro     Espresso

El Salvador  
Himalaya



Moras  
Fruta Tropical  
Mantequilla

250g, 1kg  
13,50€ - 54€

Filtro     Espresso

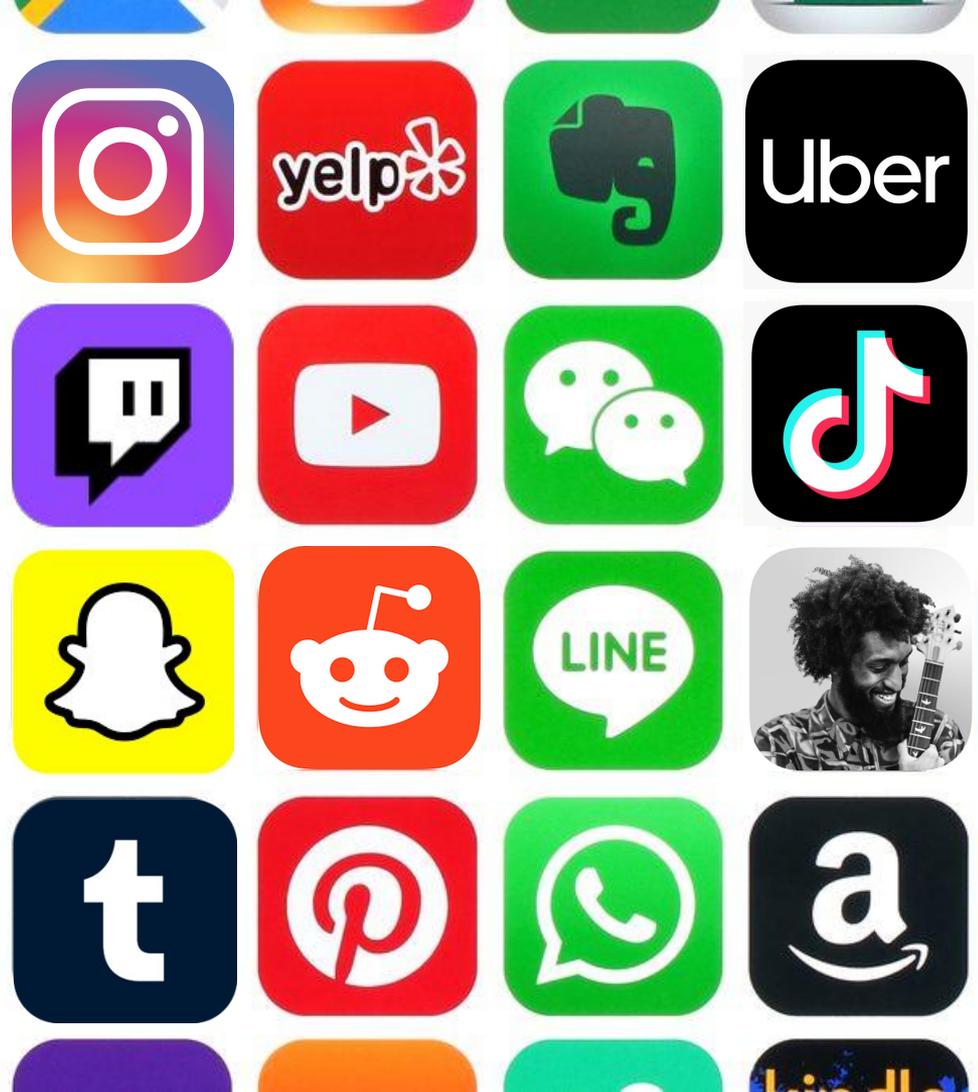
Etiopía  
Negele Gurbitu

03

# Elige y entiende a tu audiencia

**Si tu contenido se  
dirige a todos, no  
llegará a **nadie****

**Céntrate en los canales más apropiados para tu audiencia.**





#WCVLC22

**Ofertas, sorteos  
y fotos clichés.  
Podría ser  
cualquier marca  
de fast food.**





“Las marcas modernas se identifican más con una **comunidad**, unos **valores** compartidos, una **tribu**, que unos guidelines”

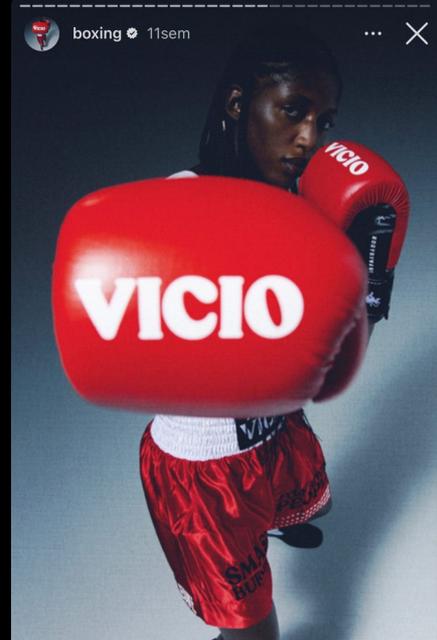
Pablo Rubio (Erretres)

#WCVLC22



**VICIO™**



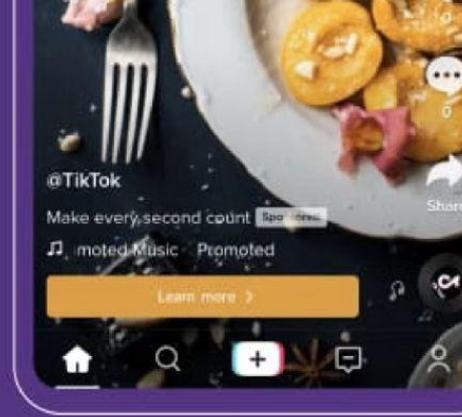
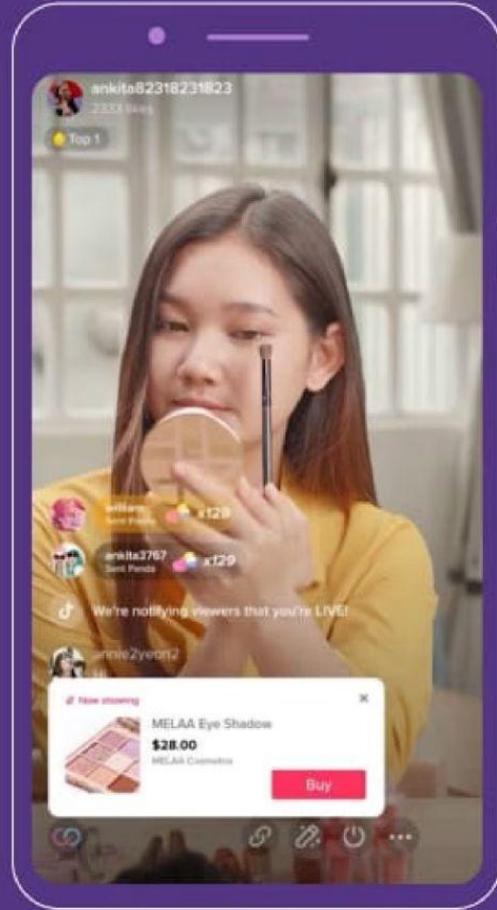


#WCVLC22



¿Cómo podemos aplicarlo en el mundo del ecommerce?

**Aprovecha las posibilidades que nos da cada red social.**



04

# Disrumpe para crecer

WordCamp  
València  
2022

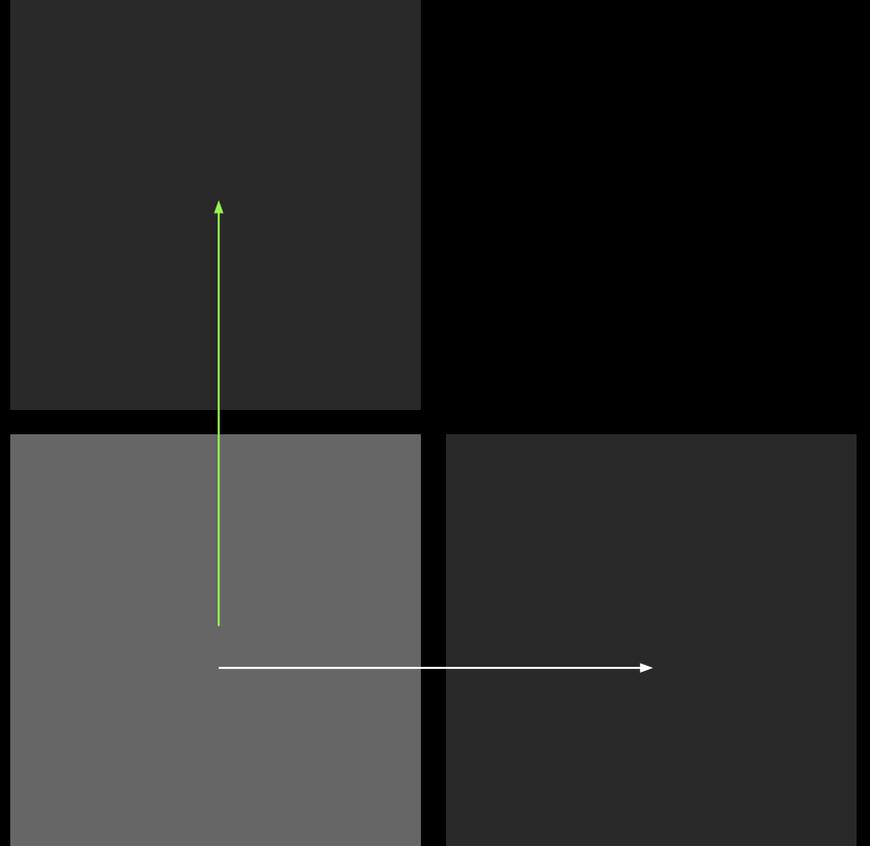
#WCVLC22

# Diferenciación

VS.

# Disrupción

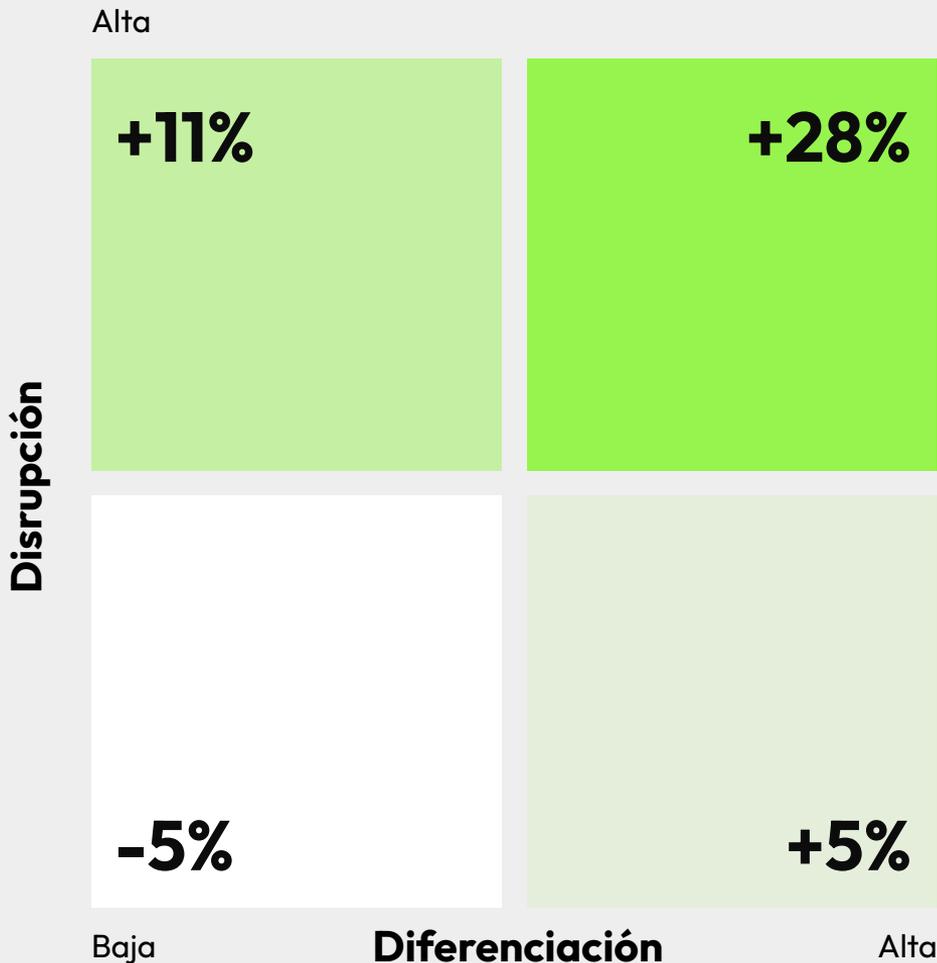
#WCVLC22



Cambio del valor de marca  
en un periodo de 3 años.

# La disrupción funciona mejor que la diferenciación.

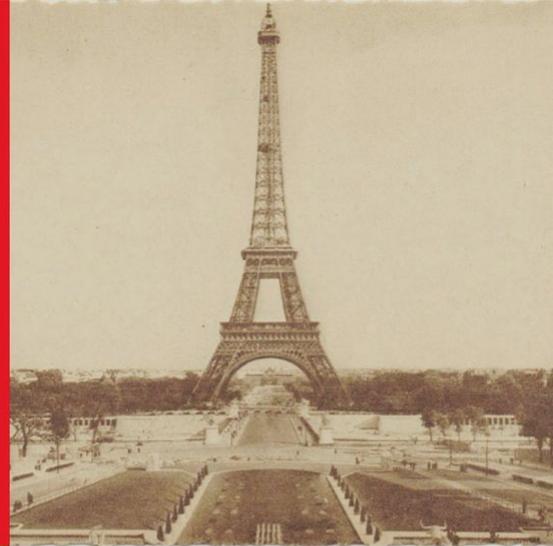
Fuente: Kantar, BrandZ



#WCVLC22

**Pero también  
hay que estar  
preparados  
para encontrar  
resistencia.**

**THE  
MET**





 **NikkieTutorials**   
@NikkieTutorials · [Follow](#) 

I am putting my Tarte Shape Tape video offline. Thank you for showing me the importance of showcasing my voice.. the Tarte shade range is an absolute mess and I should've spoken up about it more than I did. ❤️

1:13 PM · Jan 17, 2018 

 13.8K  Reply  Copy link

[Read 285 replies](#)

 **AzmaraaaA**  
@AzmaraaaA · [Follow](#) 

Tarte is one of my all time favourite makeup brands but the fact that my colour is ONE of their darkest shades that they offer for the new shape tape foundation is more than a let down. So disappointed.

4:54 AM · Jan 18, 2018 

 4  Reply  Copy link

[Explore what's happening on Twitter](#)





FENTY BEAUTY

**La primera marca  
de maquillaje que  
se preocupó por  
la gente de color.**

#WCVLC22



#WCVLC22

ESTÉE LAUDER



**63** bases

MAC



**56** bases

LANCÔME



**50** bases



¿Cómo podemos aplicarlo en el mundo del ecommerce?

#WCVLC22

**Poner al cliente en el centro y pensar en cómo sobrepasar sus expectativas.**

**64%**

Aseguran que es raro encontrar un sitio web que se sienta **único** o tenga una funcionalidad **inesperada**

Resumen...

#WCVLC22

**1**

**Define el ADN  
de tu marca y  
comunícalo**

**2**

**Construye  
el universo  
visual**

**3**

**Elige y  
comprende a  
tu audiencia**

**4**

**Disrumpe  
para crecer**

WordCamp  
València  
2022

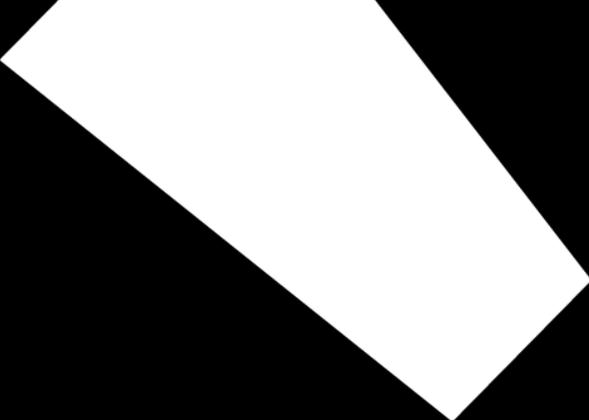
#WCVLC22

y recuerda...

**El branding**

es una **maratón,**

**no un sprint**



WordCamp  
València  
2022

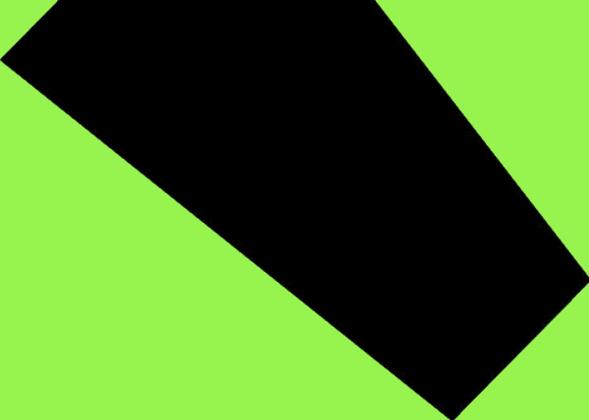
#WCVLC22

# Gràcies

Twitter: @fffferpi

mail: fernando.jose@me.com

web: [fernandojose.es](https://fernandojose.es)



WordCamp  
València  
2022