

#MarcaNavarra



ABRIL 2024

Marca Navarra

ESTRATEGIA Y NARRATIVA. EJES DE COMUNICACIÓN.

Índice

Introducción

01. Plataforma de marca

02. Narrativa de marca

Castellano

03. Narrativa de marca

Euskera

04. Ejes de comunicación

Cronogramas

Metodología y fases de trabajo

Este trabajo de marca para Navarra contiene dos fases: comprender y crear. La primera engloba el diagnóstico de marca y la segunda las sesiones de cocreación y las propuestas estratégicas.

1. Comprender: Diagnóstico

Analizamos y comprendemos las necesidades de la marca Navarra. Profundizamos en marcas territorio, en las especificidades de la comunidad y en los caminos para hallar territorios conceptuales.

2. Crear: Propuesta estratégica y construcción de marca

Realizamos sesiones de cocreación junto al equipo de trabajo y sintetizamos en una plataforma de marca, una narrativa y una identidad visual la estrategia de la marca Navarra.

Análisis de materiales
y *benchmark*

Entrevistas
en profundidad

Informe de
diagnóstico

Estrategia de
marca y narrativa

Manual de
voz y tono

Manual de
identidad visual

Diagnóstico

Definición estratégica

Próximos pasos

Detalle de los siguientes momentos de la verdad del proyecto.

3. Definición y desarrollo de un plan estratégico para la promoción de la marca

Sesión de cocreación
comunicación externa

Presentación a distintos
grupos de interés

Propuesta de plan
estratégico de promoción

Propuesta de calendario
de acciones

Entregable final

— 01

Plataforma de marca

Plataforma de marca

Una plataforma de marca es la herramienta que condensa las definiciones conceptuales en las que se apoya la estrategia de marca. Es decir, plasma el escenario teórico de la estrategia de la marca que posteriormente completa el plan de negocio.

MISIÓN [Síntesis de qué quiere lograr la marca]	INSIGHTS POR PÚBLICOS [Naturaleza del vínculo de la marca con públicos clave]	POSICIONAMIENTO [Entendido como concepto clave en el que se apalancará la marca para destacar en su entorno competitivo]
ATRIBUTOS DIFERENCIALES [En qué somos mejores frente a nuestros competidores]	IDEA DE MARCA [Frase que condensa el pensamiento estratégico de la marca de un modo aspiracional]	PERSONALIDAD [Suma de las características emocionales y rasgos de carácter de la marca y guía su expresividad, entre otras cuestiones]
VISIÓN [Síntesis de cómo lo hará o en qué inspira para cumplir su misión y posicionamiento]	VALORES [Cuáles son nuestros valores y comportamientos corporativos]	VOZ EXPRESIÓN [Descriptor de cómo nos comunicamos para que se nos reconozca]

Plataforma de marca Navarra

<p>MISIÓN</p> <p>“Elevar la competitividad de Navarra a partir de la redefinición de lo que nos une y de cómo aspiramos a contar nuestra región en el futuro”</p>	<p>INSIGHTS POR PÚBLICOS</p> <p><u>_Ciudadanía</u>: Navarra como <u>entorno</u> de prosperidad <u>_Inversores y empresas</u>: Navarra como <u>cultura</u> innovación, cumplimiento y rendimiento <u>_Exterior</u>: Navarra como <u>valores</u> compartidos <u>_Talento y profesionales</u>: Navarra como <u>ecosistema</u> de desarrollo y colaboración</p>	<p>POSICIONAMIENTO</p> <p>“Somos la región donde la <u>colaboración y el conocimiento compartido</u> entre sociedad, centros de investigación, universidades, empresas e instituciones <u>proviene de un histórico/ genuino</u> sentido de lo común, la diversidad, la igualdad y un compromiso social característico <u>que explica que aquí todo funcione</u>”</p>
<p>ATRIBUTOS DIFERENCIALES</p> <p><u>_Riqueza y contrastes (en diversos planos)</u> <u>_Cultura cooperativa, del honor, la palabra, la implicación y el trabajo</u></p> <p><u>_Cultura, personalidad, arraigo y tradiciones</u> <u>_Calidad de vida</u></p>	<p>IDEA DE MARCA</p> <p>Lugar que va bien gracias a una idiosincrasia concreta</p>	<p>PERSONALIDAD</p> <p><u>_Firme</u> <u>_Apasionada</u> <u>_Honesta</u> <u>_Íntegra</u> <u>_Exploradora</u> <u>_Abierta</u></p>
<p>VISIÓN</p> <p>“<u>Cultivar la transferencia de conocimiento y la colaboración</u> que nos definen para propiciar un tejido único de sinergias que nos impulse hacia el progreso, la creatividad y la excelencia necesarias para el desarrollo sostenible de nuestra región”</p>	<p>VALORES</p> <p><u>_Diversidad</u> <u>_Determinación</u> <u>_Confianza</u> <u>_Consistencia</u> <u>_Colaboración</u> <u>_Arraigo</u></p>	<p>VOZ EXPRESIÓN</p> <p><u>_Categórica</u> <u>_Jaranera</u> <u>_Directa</u> <u>_Llana</u> <u>_Bulliciosa</u> <u>_Orgullosa</u></p>

— 02

Narrativa de marca

Castellano

En un mundo con información infinita,
compartir aprendizajes es la ruta inteligente.

Un mundo donde la incertidumbre impide ver el futuro
exige una cultura de colaboración susurrada entre generaciones.
Sólida. Arraigada. Lúcida.

La Navarra que hoy compite en Europa y en el resto del mundo
potencia su riqueza, su identidad pionera, los contrastes que la definen.

Una región adelantada por:

_El legado de un carácter social singular y comprometido;

_Su atención y servicios sociosanitarios referentes;

_Un desarrollo industrial, puntero, sólido, experimentado y con una potente presencia multinacional;

_Y un medio agroalimentario competitivo gracias a sus profesionales, sus alianzas y su apuesta decidida por la tecnología y la sostenibilidad.

Una región donde

la naturaleza promete agua, desiertos, montes, bosques y valles.
El patrimonio ruge en templos, caminos y celebraciones universales.
La historia descifra un presente transformador.
Euskera y castellano conviven, conectan. Unen.

Una comunidad donde

el futuro ya se percibe.

Y es que, en Navarra

el conocimiento compartido y la colaboración son tan cotidianos que definen una forma de funcionar que atrae prosperidad, crecimiento, y oportunidades.
Una forma de funcionar que persigue la felicidad.

Una forma de funcionar

ingeniosa, decidida, diversa, social, ambiciosa, dual, dinámica, participativa, tenaz, fértil y avanzada.

Porque Navarra es la tierra en la que late

la valentía de sumar perspectivas. El valor de la palabra dada.
Y la clase de desarrollo que solo se conquista con el esfuerzo común.



Navarra

Una forma de funcionar

Narrativa de marca

Euskera

Informazio amaigabez betetako mundu honetan,

ikasitakoa partekatzea da biderik zentzuzkoena.

Ziurgabetasunak etorkizuna ikustea galarazten digun mundu honek

belaunaldien artean xuxurlatutako lankidetzakultura bat behar du.
Sendoa. Sustraitua. Zuhurra.

Egun Europan eta munduaren gainerakoan lehiatzen den Nafarroak

bere oparotasuna, nortasun aitzindaria eta bereizgarri dituen kontrasteak indartzen ditu.

Ezaugarri hauengatik da eskualde aurreratua:

_Izaera sozial berezi eta konprometituaren legatua.

_Erreferenteak diren arreta eta zerbitzu soziosanitarioak.

_Garapen industrial, puntakoa, sendoa, eskarmentuduna eta nazioartean presentzia indartsua duena.

_Eta nekazaritzako elikagaien inguru lehiakor profesionali, aliantzei eta teknologiaren eta jasagarritasunaren aldeko apustu argiari esker.

Eskualde honetan

naturak ura, basamortuak, mendiak, basoak eta haranak promesten ditu.
Ondareak tenpluetan, bideetan eta ospakizun unibertsaletan orro egiten du.
Historiak orainaldi eraldatzailea deszifratzen du.
Euskara eta gaztelania elkarrekin bizi dira, lotzen. Batzen.

Erkidego honetan

etorkizuna nabaritzen da jada.

Izan ere, Nafarroan

ezagutza partekatua eta lankidetzak ohikoak dira, eta oparotasuna, hazkundera eta aukerak ekartzen dituen funtzionatzeko modu bat definitzen dute.
Zoriontasuna xede duen funtzionatzeko modu bat.

Funtzionatzeko modu

argia, ausarta, anitza, soziala, anbiziotsua, duala, dinamikoa, parte-hartzailea, tematia, emankorra eta aurreratua.

Izan ere, Nafarroan aurki daiteke

ikuspegiak batzeko ausardia. Emandako hitzaren balioa.
Eta guztien esfortzuarekin soilik menderatzen den garapena.

Nafarroa

Funtzionatzeko modu bat

Trabajo en curso

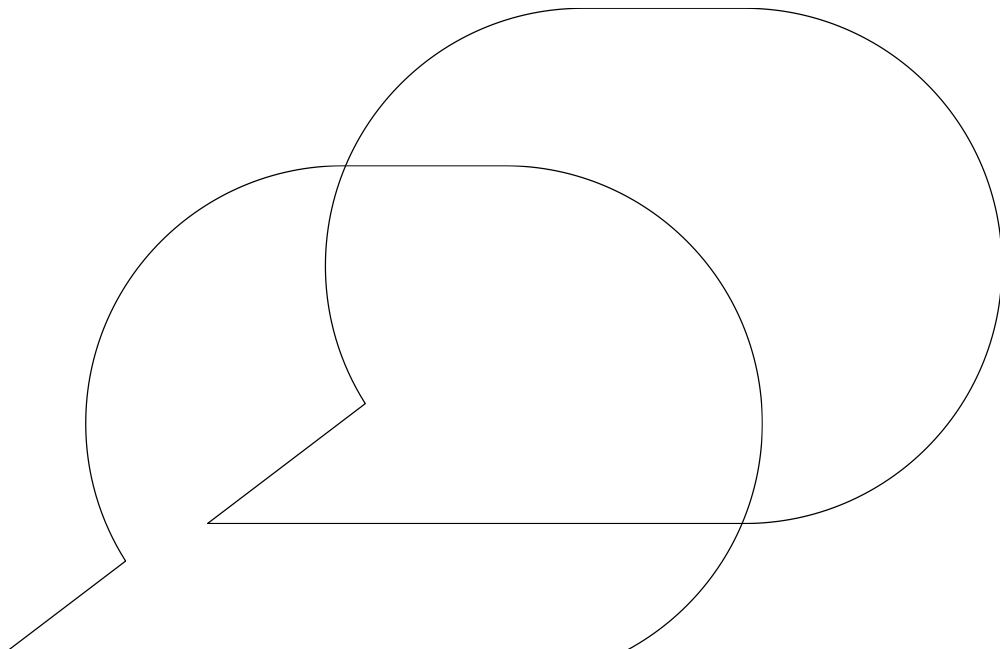
Ejes de comunicación

Matriz de comunicación

¿De qué habla el Gobierno de Navarra?

La matriz de comunicación es un formato para establecer de forma fácil y estructurada todos aquellos elementos que forman parte de la comunicación de una marca.

La matriz está dividida en ejes de comunicación, los que aglutinan a las siguientes variables:



Territorio

_ ¿Qué atributos de la marca quiero comunicar?

Públicos

_ ¿A quién se les habla?

Temáticas

_ ¿De qué se habla?

Matriz de comunicación

Eje de comunicación

01. Calidad de vida

02. Identidad navarra:
tierra de oportunidades
y colaboración

03. Talento, investigación y empleo

04. Turismo, riqueza y diversidad

Territorio

- _ Prosperidad y calidad de vida
- _ Riqueza y diversidad

Públicos

- _ Todos

Temáticas

_ Indicadores sociodemográficos que evidencien la calidad de vida navarra en comparación a otras comunidades autónomas (esperanza de vida, salario/renta media, % de propietarios de una vivienda, % de personas con estudios universitarios, tiempo de espera para ser atendido en la sanidad pública, etcétera), número de horas trabajadas vs. número de horas para recrearse, calidad del transporte público, infraestructura, medio ambiente, movilidad sostenible, educación primaria y secundaria de calidad, áreas verdes en centros urbanos.

Matriz de comunicación

Eje de comunicación

01. Calidad de vida

**02. Identidad navarra:
tierra de oportunidades
y colaboración**

03. Talento, investigación y empleo

04. Turismo, riqueza y diversidad

Territorio

_ Todos

Públicos

_ Todos

Temáticas

_ Tradiciones navarras, el valor del euskera como riqueza histórica, diversidad lingüística, Navarra bilingüe, el sentido del trabajo, la riqueza histórica del pueblo navarro, el *auzolán*, el compromiso con lo colectivo, la vocación social de su gente, las costumbres navarras, sentido de la igualdad, la confiabilidad de sus instituciones.

Matriz de comunicación

Eje de comunicación

01. Calidad de vida

02. Identidad navarra:
tierra de oportunidades
y colaboración

03. Talento, investigación y empleo

04. Turismo, riqueza y diversidad

Territorio

_ Talento y colaboración

Públicos

_ Talento y profesionales; inversores y empresas; visitantes, con foco en el turismo de negocios.

Temáticas

_ Empleabilidad, proyectos innovadores creados por navarros/as, salarios competitivos, oferta académica y de formación de alto nivel, diversidad de sectores económicos, atributos de un ecosistema emprendedor, polo receptivo de talento extranjero, industria pujante, presencia de multinacionales, florecimiento de industrias creativas, casos de éxito que hayan surgido de ideas creadas en Navarra, oferta de formación para profesionales adultos, infraestructura y desarrollo de congresos y ferias, investigación y desarrollo.



Matriz de comunicación

Eje de comunicación

01. Calidad de vida

02. Identidad navarra:
tierra de oportunidades
y colaboración

03. Talento, investigación y empleo

● 04. Turismo, riqueza y diversidad

Territorio

_ Riqueza y diversidad

Públicos

_ Visitantes nacionales y extranjeros

Temáticas

_ Gastronomía y buen comer, productos gastronómicos navarros, vida nocturna, balance entre el trabajo y el ocio, la arquitectura, paisajes naturales, diversidad urbana/rural, rutas escénicas, oferta hotelera, experiencias turísticas.



#MarcaNavarra