

Preguntas Frecuentes del Cambio de Imagen de Marca



¡Tenemos un nuevo look! Estas son algunas respuestas a las preguntas frecuentes sobre nuestro reciente cambio de imagen de marca corporativa para ayudarte a explicárselo a tus Clientes e invitarlos a unirse a ti en tu Trayectoria con Norwex.

¿Por qué se ha hecho un cambio de imagen de la marca de Norwex?

En 2021, buscamos las opiniones de más de 120 Consultoras y consumidores en los EE. UU., Canadá, el Reino Unido y Malasia. Los resultados de nuestra investigación cualitativa destacaron la necesidad de una imagen de marca más moderna que pudiera mantener nuestro posicionamiento excepcional, así como una identidad visual que reflejara nuestra herencia noruega y nuestra Misión de reducir los productos químicos nocivos.

¿Cómo fortalecerá mi negocio el cambio de imagen de marca?

La iniciativa de cambio de imagen de marca puede fortalecer tu negocio de múltiples maneras. Genera conversaciones atractivas (por ejemplo, coméntalo en las redes sociales, organiza talleres prácticos, aprovecha el envío por correo de catálogos, etc.) y atrae a nuevos Clientes/Consultoras al resaltar los mensajes clave de ventas, como productos químicos nocivos. Además, proporciona el impulso final para las ventas con un gran atractivo. Los recursos de marketing mejorados aumentan el compromiso del Cliente; respalda los precios de una máxima calidad y refleja nuestra forma de vida, quiénes somos y hacia dónde vamos.

¿Cuáles son las principales metas u objetivos de la iniciativa de cambio de imagen de marca?

Teníamos tres objetivos principales para nuestro cambio de imagen de marca:

1. Reimaginar el logotipo de Norwex para transmitir una sensación natural, excepcional y nórdica, abarcando todas las categorías de productos y brindando singularidad en el mercado.
2. Reafirmar la Misión para que esté más centrada en las personas y sea más personal. Ahora se trata más de por qué existimos que simplemente de lo que hacemos.

3. Para crear una apariencia más cohesiva basada en nuestra herencia noruega junto con mensajes más simples que también sean positivos y atractivos.

¿Cómo afectará el cambio de imagen de marca a nuestros productos o servicios?

Nuestros productos y servicios son de la misma alta calidad que siempre esperarías con Norwex. Los productos con etiquetas y empaques actualizados comenzarán a enviarse a medida que se agote el inventario actual, pero nuestros ingredientes naturales a base de plantas y nuestra atención a la calidad no cambiarán. Estamos comprometidos a mantener el mismo alto nivel de excelencia que se encuentra en todo lo que hacemos.

¿Habrá algún cambio en nuestra estructura de precios como resultado del cambio de imagen de marca?

No, los precios seguirán estando determinados por la misma variedad de factores y consideraciones que siempre han existido.

¿Cómo afectará el cambio de imagen de marca a nuestra base de Clientes?

Creemos que a los Clientes les encantará la nueva imagen de marca y tendrán una afinidad natural con nuestra Misión. Esto los lleva a nuestros productos de calidad y la oportunidad, lo que ayudará a crear un deseo de compra. Después, a medida que tengas conversaciones con ellos, su confianza en Norwex crecerá aún más. La diferencia más notable para los Clientes actuales es el atractivo empaque del nuevo producto. No estará todo disponible a la vez, pero a medida que tus Clientes comiencen a recibirlo, estarán emocionados de experimentar la nueva imagen de marca, brindándote una gran oportunidad para que subrayes el compromiso de Norwex de vivir en forma más limpia, más segura, mejor.

¿Existen pautas específicas para la nueva imagen de marca o estándares de identidad visual que las Consultoras deban seguir?

Sí, al crear sus propios materiales de marketing, consulta nuestras pautas de marca actualizadas que se encuentran en *The Resource ES > Recursos de Marketing del Producto > Principales Recursos Actualizados*.

¿Cuándo se actualizarán nuestros materiales de marketing existentes para reflejar la nueva imagen de marca?

Notarás que nuestro Catálogo de otoño 2023 ya tiene el nuevo logotipo y la declaración de la Misión junto con otras actualizaciones. Otros materiales de marketing se actualizan de forma continua. Además, Norwex.com, The Resource Español y otras herramientas en línea pronto reflejarán la nueva marca.

¿Cómo debo comunicar el cambio de imagen de marca a mis Clientes?

Como Consultora de Norwex, la forma en que compartes la nueva imagen de marca tiene mucha relevancia en la forma en que tus Clientes responden a ella. Comparta lo que más le gusta, ya sea el empaque más atractivo, el logotipo más natural, la hermosa fotografía o simplemente el vínculo más fuerte con nuestra herencia noruega. Asegúreles que nuestro compromiso de reducir los productos químicos nocivos es aún más fuerte (es la razón por la que existimos) y que nuestros productos y oportunidades seguirán siendo de la misma alta calidad en la que confían y esperan. Tómate el tiempo para responder cualquier pregunta y si necesita ayuda, comunícate con nuestro Centro de Atención a la Consultora:

Horario del Centro de Atención a la Consultora para el Mercado Hispano: Lunes a Viernes de 10:00 a.m. a 7:00 p.m. 1-866-450-7499 PARA ESPAÑOL #3

¿Cuáles son los mensajes clave o los puntos de conversación que las Consultoras deben enfatizar al hablar sobre el cambio de imagen de marca con los Clientes potenciales?

Déjales saber a tus Clientes potenciales que recientemente hemos cambiado la imagen de la marca para reflejar con mayor precisión quiénes somos como empresa y para hablar de manera relevante a una audiencia moderna. Cada palabra, estilo de letra, color y foto se eligieron cuidadosamente para transmitir una calidad superior y nuestra herencia noruega.

¿Existen sesiones de capacitación o recursos disponibles para ayudar a las Consultoras a comprender y promover la nueva imagen de marca?

Consulta nuestro equipo de herramientas para Consultoras en *The Resource ES > Recursos de Marketing del Producto > Principales Recursos Actualizados*.

¿Cómo puedo aprovechar el cambio de imagen de marca para generar nuevas oportunidades de negocio?

Nuestra nueva imagen de marca ofrece excelentes oportunidades para ampliar tu base de Clientes. El nuevo empaque es una buena oportunidad para llegar a las personas sobre productos que podrían no haber estado en su radar. Es una herramienta poderosa que te equipa con recursos de marketing de mayor calidad para ayudarte a incrementar tu negocio.

Por ejemplo, los nuevos productos para el Cuidado del Cutis con un atractivo empaque y botellas recargables ofrecen una excelente manera de llegar a cualquiera que desee solo los ingredientes más seguros y de la más alta calidad para ellos y su familia. Además, para quienes estén preocupados por el desperdicio de los envases de plástico les encantará que nuestras recargas ayudan a reducir la carga en nuestro planeta (así como en su presupuesto cuando decidan agregar recargas a AutoEnvío y Ahorra).

¿Cuáles son los elementos clave de la declaración de la Misión actualizada?

Nuestra nueva declaración de la Misión es “Compartir una forma de vida más limpia y segura al reducir los productos químicos nocivos en la vida cotidiana”. Los elementos clave son:

- **Compartir:** habla de la conexión que tienen las Consultoras de Norwex con sus amistades, familiares y Clientes
- **Forma de vivir:** incluye nuestras rutinas diarias y todas las acciones que tomamos en el camino
- **Vida cotidiana:** incluye no solo nuestros hogares, sino también cualquier lugar en el que estemos: ir de compras, salir con amigos, en el juego de pelota de un niño, en el trabajo, de vacaciones, como voluntario, etc.

¿Cuáles son los elementos clave que dan vida a la nueva Misión?

Cinco principios clave actúan como una lista de verificación y una guía sobre cómo cumplimos con nuestra Misión actualizada: menos es más, ver para creer, calidad perdurable, empoderar a las personas, crear comunidad. Estos cinco pilares clave nos guiarán para ofrecer una forma de vida más limpia, más segura, mejor.

¿Hay ejemplos de cómo los nuevos colores, estilos de letras e imágenes de la marca reflejan la Misión y la identidad de la marca actualizadas?

A medida que haya nuevos materiales de marketing disponibles, notarás fotografías que “capturan lo sublime” con imágenes de la naturaleza y la belleza que subrayan nuestras raíces noruegas. Esta fotografía está inspirada en elementos nórdicos naturales y momentos simples de la vida cotidiana. La paleta de colores cálidos y naturales de nuestro Catálogo Otoño 2023, por ejemplo, crea una conexión con nuestra Misión y el planeta; y nuestro lenguaje directo y optimista repercute con los Clientes actuales y futuros.

¿Cómo se integrarán los nuevos elementos de marca en la presencia en línea de la empresa, como el sitio web y los canales de redes sociales?

Pronto comenzarás a notar la nueva apariencia en todos nuestros materiales de marketing y apoyo, incluido el material impreso, videos, recursos para las redes sociales y en nuestra presencia en línea.

¿Cómo afectará la nueva distribución de categorías la forma en que vendemos nuestros productos?

Al cambiar de cuatro a tres categorías principales de productos (cuidado del hogar, cuidado personal y cuidado familiar), hemos facilitado la identificación del uso y el alcance del producto y la navegación por nuestra línea de productos. Hemos comenzado el proceso de actualizar nuestras Hojas de Información del Producto para reflejar la nueva categorización, y la verás en el nuevo Catálogo de Otoño 2023 y pronto en línea, pero la forma en que vendes los productos de Norwex no debería verse afectada.

¿Cuál es la mejor manera de distinguir entre las tres categorías?

Nuestra nueva categoría Cuidado del Hogar comprende principalmente los productos de nuestra antigua categoría Hogar. Cuidado Personal y Cuidado Familiar, con algunas modificaciones.

Por ejemplo, las toallas de baño y cuerpo ahora están en la categoría de Cuidado Familiar. También notarás que nuestros productos de microfibra, en lugar de estar dentro de su propia categoría, han sido reasignados a una de las otras categorías según su función. Cada categoría tiene una apariencia distinta con diferentes estilos inspirados en la naturaleza noruega, pero los tres están unificados a través de líneas y tipografía limpias y simples, además de materiales y acabados de apariencia natural.

¿Pueden las Consultoras proporcionar información o comentarios sobre los nuevos elementos de la marca y su impacto en el proceso de ventas?

Sí, agradecemos todos los comentarios y opiniones. Conexión de la Consultora siempre es una excelente manera de brindar retroalimentación. ¡Déjanos saber sobre tus éxitos y desafíos!