Política de difusión de contenidos de la Asociación Española de Branding (AEBRAND)

1. Objeto

La presente política establece los criterios para la difusión de contenidos relacionados con los socios de AEBRAND en los canales de comunicación de la Asociación.

Su objetivo es garantizar una comunicación coherente con la misión de AEBRAND, preservar el equilibrio entre los socios y asegurar que los contenidos difundidos aporten valor al conjunto de la comunidad profesional del branding.

2. Principios

La difusión de contenidos relacionados con los socios en los canales de AEBRAND se regirá por los siguientes principios:

- Interés para la comunidad profesional del branding.
- Equilibrio y representatividad entre socios.
- Coherencia con la misión y el posicionamiento de AEBRAND.
- Rigor profesional y calidad de los contenidos.

AEBRAND priorizará aquellos contenidos que contribuyan a visibilizar el valor estratégico de la marca, compartir conocimiento y destacar buenas prácticas del sector.

3. Contenidos que AEBRAND puede difundir

AEBRAND podrá difundir contenidos relacionados con la actividad profesional de sus socios cuando tengan interés para el sector o para la comunidad de la Asociación, entre otros:

- Proyectos de branding (destacados, casos de éxitos)
- Reconocimientos profesionales (premios)
- Conocimiento y reflexión (informes, estudios, artículos)
- Participación en el sector (eventos, charlas, presentaciones)
- Noticias profesionales (nombramientos, incorporaciones)

La difusión de estos contenidos estará sujeta a criterios editoriales y de oportunidad por parte de AEBRAND.

4. Participación de los socios

AEBRAND fomenta la participación de sus socios en la generación de contenidos que contribuyan al conocimiento y desarrollo del branding.

En este sentido, los socios podrán:

- Proponer artículos o tribunas para el blog de AEBRAND, sobre tendencias, reflexión estratégica o casos de marca.
- Remitir contenidos de interés para su posible difusión en LinkedIn, cuando aporten valor para la comunidad o el sector.
- Compartir estudios, iniciativas o proyectos relevantes vinculados al branding.

Los contenidos recibidos serán valorados por AEBRAND en función de su relevancia, calidad y adecuación a la línea editorial de la Asociación.

5. Directorio de socios

La web de AEBRAND incluye un directorio de socios que permite visibilizar a los profesionales y empresas que forman parte de la Asociación.

En este espacio, los socios (corporativos) podrán publicar proyectos de branding desarrollados por sus organizaciones, con el objetivo de dar visibilidad al trabajo profesional de la comunidad AEBRAND.

La inclusión de proyectos deberá cumplir los siguientes criterios:

- Estar vinculados al ámbito del branding o la gestión de marca.
- Contar con información veraz y, cuando corresponda, con autorización del cliente.
- Ajustarse a los criterios de revisión y adecuación establecidos por AEBRAND.

6. Contenidos que AEBRAND no difundirá

Para preservar su carácter institucional y sectorial, AEBRAND no difundirá:

- Comunicaciones de carácter promocional o comercial.
- Lanzamientos de productos o servicios sin relevancia sectorial.
- Notas de prensa corporativas estrictamente empresariales.

7. Criterio editorial

AEBRAND puede dar visibilidad o amplificar iniciativas relevantes de sus socios cuando contribuyan al desarrollo del sector y al conocimiento del branding.

La Asociación mantiene criterio editorial propio en la gestión de sus canales de comunicación y decide qué contenidos difunde, cuándo y a través de qué canales, priorizando aquellos que resulten de mayor interés para la comunidad y para el conjunto del sector.

Asimismo, AEBRAND no garantiza la difusión de todos los contenidos remitidos por los socios ni una frecuencia determinada de publicación, atendiendo a criterios editoriales, de relevancia sectorial y de planificación de los canales de comunicación.

8. Solicitud de difusión

Los socios podrán proponer contenidos para su difusión en los canales de AEBRAND. La persona de contacto para cuestiones relacionadas con comunicación es: Bárbara Scandella b.scandella@aebrand.org

Las propuestas serán valoradas por la Asociación atendiendo a criterios de relevancia para el sector, interés para la comunidad y planificación editorial. La recepción de una propuesta no implica compromiso de publicación.

9. Canales de difusión

Los contenidos podrán difundirse a través de:

- Página web de AEBRAND.
- Blog de la Asociación.
- LI, X y/o YT.
- Newsletter
- Informes o publicaciones sectoriales

El formato y el canal de difusión serán determinados por AEBRAND en función de su estrategia de comunicación.

Disposición final

Esta política tiene como objetivo facilitar una comunicación equilibrada y alineada con la misión de AEBRAND, contribuyendo a visibilizar el valor del branding y el trabajo de los profesionales que forman parte de la Asociación.