Es tan simple como decir, que cada compañia tiene una marca con su propio storytelling y es la que contará a todos los clientes fijos y potenciales lo que pueden esperar de los productos y servicios que se ofrecen. Además es la que va hacer que la empresa marque la diferenciar contra las demás que ya existen en el mercado, es decir, los competidores. la marca es un reflejo de lo que es, de quién quieres ser, y lo que el público percibe que es. La contrucción de la marca inicia con el logotipo, la página web, el embalaje y el material promocional. En todos y cada uno de estos elementos se deberá de integrar y comunicar el mensaje de la marca. El valor intrínseco de cualquier mensaje de marca viene relacionado a la percepción que el público tenga acerca del servicio o producto.

El éxito del branding suele conllevar una batalla continua con los competidores. La estrategia de marca debe ser muy persuasiva, llamativa y excepcional. Esta estrategia de marca también debe de reforzarse constantemente a lo largo de todos los segmentos de la organización, materiales promocionales, anuncios impresos y en el sitio web.

Algunos de los pasos que se deben tener encuenta para realizar un mensaje de marca:

- Identificar a sus clientes (potenciales), investigar a los competidores los productos y servicios que estos ofrecen.
- Establecer como es el target, el posicionamiento, mostrar y describir los productos y servicios a los clientes potenciales que se han identificado.
- Afianzar el mensaje de marca que se debe de transmitir.