



Nico Barboza Estrella

CREANDO MARCAS INFLUYENTES

brand management

POWERED BY PROFESSOR NICO BARBOZA ESTRELLA

LAS MARCAS HOY EN DÍA

Qué significa la marca hoy en día.
Cómo se concibe el posicionamiento.
Cómo se integra la gestión de marca
en el plan de marketing.

MARCA INFLUYENTE

Cómo se construye una marca de
manera estratégica, con capacidad de
influir en su target y aportarle valor.
Conexión emocional.

DISEÑO DE MARCA

Cómo se diseña una marca
única. Un paso más allá del
branding.

marketing, brands & creativity.

www.nicobarboza.com

CREANDO MARCAS CREATIVAS e influyentes

LA MARCA ES EL ALMA DE TU COMPAÑÍA, PRODUCTO O SERVICIO. ES LO QUE REPRESENTAS EN EL MUNDO. SU RELEVANCIA A NIVEL ESTRATÉGICO CONVIERTE SU GESTIÓN EN UNA PRIORIDAD PARA EL PROFESIONAL DE MARKETING.

BY PROFESSOR NICO BARBOZA ESTRELLA

La marca es una poderosa herramienta de influencia y su concepción es parte fundamental de toda estrategia de marketing. Cuando son gestionadas correctamente potencian el éxito de cualquier tipo de negocio. En un mercado saturado de información sólo sobrevivirán aquellas marcas que estén bien concebidas. Hoy es fundamental estudiar la gestión de marca, y entenderlas en su dimensión estratégica para lograr una visión holística en la que la marca se convierte en el centro del plan de marketing potenciando la entrega de valor.

Esta sesión se centra en la **gestión estratégica de marcas**. No es branding, es estrategias de marcas. Esto significa que entendemos a las marcas como activos estratégicos de la compañía y por tanto su gestión se comprende en esta fase del plan de marketing, oscilando con la táctica en la que tendremos que

trasmitir al público el valor que aporta la marca. Ya sea B2B o B2C, un sector industrial, un commodity, un servicio, el desarrollo de marcas influyentes tienen un impacto muy positivo en la generación de valor y en la consecución del objetivos. Hoy necesitamos entender las marcas con una mentalidad **creativa**.

Se propone un enfoque desde en tres etapas claves:

Las marcas hoy



Cómo se entiende a las marcas hoy en día y en el futuro. Explicaremos las nuevas claves del posicionamiento en un entorno dinámico y saturado. Pondremos foco en comprender la integración de la gestión de marca a lo largo de todo el plan de marketing.

Construir marcas influyentes



Se mostrarán los pasos a seguir para construir marcas que tengan un significado relevante para su target, que tengan capacidad de influir y que sean altamente creativas. Se enseñará cómo se crean identidades fuertes. Se hará hincapié en la importancia de la conexión emocional que genere la marca con su target.

Diseñar marcas



Se analizarán uno a uno los elementos de la identidad visual de la marca. Se comprenderá el proceso de diseño de manera integral y en toda su dimensión. Todo lo que el profesional de marketing debe saber acerca del branding.

METODOLOGÍA

El marco conceptual que compone la asignatura está dividido en bloques temáticos. Se definirán las ideas claves de la materia mientras se muestran más de 30 ejemplos prácticos de marcas que ponen de manifiesto la validez y relevancia de los conceptos abordados. Se realiza un ejercicio de creación de marca desde cero que posibilita a los participantes aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollar las competencias claves requeridas para gestionar marcas. Continuando con el enfoque práctico de la sesión, se lleva a cabo también un ejercicio de disección de marcas, en el que descubrimos aquellos elementos que hacen influyentes a las mejores marcas.

OBJETIVO

“ Todo lo que tienes que saber para crear una marca influyente.

CONTENIDO

1. MARCA & MARKETING

Conceptualizando a la marca de hoy y del futuro. Los desafíos de la marca. Marca y cerebro. Nuevas nociones acerca del posicionamiento.

2. MARCA EN EL PLAN DE MARKETING

La marca en la fase analítica. Decisiones estratégicas de marca. Marca y MIX, como llevar el valor de marca al mercado.

3. CONSTRUCCIÓN DE MARCAS INFLUYENTES

Pasos clave para la construcción de marcas. Marco estratégico, creación de valor, definición de la identidad de marca. Conexión emocional. Arquitectura de marca.

4. DISEÑO DE MARCA

Todos los elementos de la identidad visual de la marca. Diseñando una marca de principio a fin.

5. EJERCICIOS

A lo largo de las sesiones se llevan a cabo varios debates y reflexiones. Se hace un ejercicio largo de construcción de marca en el que primero se analiza la construcción de una marca reconocida para luego trabajar en equipos una marca inventada desde cero. Finalmente se realiza un ejercicio de disección de marcas para desarrollar competencias clave en la gestión de marcas.

6. RECURSOS Y BIBLIOGRAFÍA



FORMATOS

Conferencia
4hs

Clase / In company
8-12 hs



TALENT INSIDE

PROFESOR NICO BARBOZA ESTRELLA

Marketing professional.

Profesor asociado del departamento de marketing en EADA Business School Barcelona.

Executive Master en Dirección de Marketing y Comercial en EADA Business School.

Más de 10 años de experiencia internacional en funciones creativas en diversas posiciones, sectores y países.

