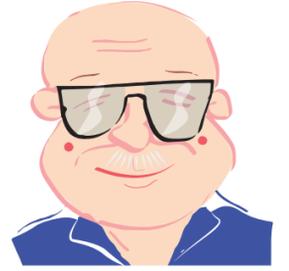




Branding & Positioning®

El poder de una marca por encima del producto/servicio.

Instructor:
Enrique Rojas²



Seminario/taller especializado en creación de valor y percepción de marca.



Objetivo académico:

Preparar al alumno con las nuevas herramientas estratégicas orientadas a la generación de la personalidad de marca y a su posicionamiento ante el mercado; incluyendo el diseño de su lenguaje fonético e icónico (identidad corporativa).

30 horas interactivas y experienciales..



¿Qué es Branding?, ¿cómo se construye el poder de una marca según Al Ries?: descubra los conceptos estratégicos de la Kellogg School of Management. Comprenda la arquitectura de marca y el BR&PC: sus coordenadas de relevancia y actuación. Evite el peligro del OverBranding. Prepare el posicionamiento deseado ante el mercado de acuerdo a Jack Trout, diferenciándose de su competencia. Trabaje con The Iceberg Theory y The Compass Brand Personality. Aplique el diseño visual/sonoro de la marca (Naming) Desarrolle una estrategia de marca en el Workshop final por equipos.