TALLER

BRANDING:

CÓMO CONSTRUIR Y GESTIONAR MARCAS VALIOSAS

apd

INTRODUCCIÓN

Principios estratégicos y herramientas de *branding* para sumar valor a sus productos o servicios.

¿Por qué un producto o servicio puede llegar a valer diez, cien y mil veces más que otro? ¿Qué es el *branding* y de qué manera puede sumarle valor a su negocio?

Desde hace muchos años las marcas son un activo indiscutible para las empresas. Hoy son más necesarias que nunca. Cada vez hay más marcas y por ende más competidores. Y si una marca no se diferencia, no destaca. Y no hay nada peor para una marca que pasar desapercibida.

OBJETIVOS

- Formular un diagnóstico de la situación actual de su(s) marca(s).

- Entender cómo se construye la base estratégica de una marca.

- Profundizar en los conceptos más importantes del *branding* para estar en condiciones de dirigir adecuadamente al equipo a cargo de la(s) marca(s) en una compañía.

– PROGRAMA –

1. Introducción al *branding*

a. Qué es una marca y para qué sirve

b. Notoriedad y personalidad de una marca

c. *Stakeholders*

d. Puntos de contacto

e. Diferenciación, relevancia, atractivo

f. Coherencia y sostenibilidad

2. Caso práctico

3. Posicionamiento: resumir y repetir

a. La importancia de saber resumir

b. La importancia de estar dispuesto a repetir

c. *Benchmark:* de qué marcas podemos aprender

d. Coherencia y sostenibilidad

4. Conclusiones por caso

5. Preguntas

EXPOSITOR

Daniela Nicholson

Licenciada en Comunicaciones (U. de Lima), con especialidad en Marketing y Publicidad. En el 2008 ganó la beca MAEC-AECID de la Asociación Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo en Barcelona. Además, es Máster en Estrategia y Diseño de Marcas por ELISAVA (Escuela de Diseño e Ingeniería de Barcelona).

Fundadora de Sed Estudio, Consultora de *Branding* en diferentes industrias y sectores. Algunos de los clientes son Interbank, Universidad del Pacífico, San Fernando, Centenario, AC Capitales SAFI, Faro Capital, Acurio Restaurantes, Comunal Coworking, Laboratoria, Cerveza Candelaria, Armando Paredes, Café de Lima, Chocolates Q'uma, entre otros. Sus proyectos más representativos incluyen los siguientes servicios: creación, estrategia y diseño de marcas, diseño de empaques y desarrollo de proyectos digitales.

Trabajó anteriormente en agencias de publicidad (Leo Burnett —hoy Circus— y Latina *Communications Group*), empresas de contenido: *MediaNetworks* (de Telefónica), y en la incubadora de negocios digitales Grupo Intercom, Barcelona.

Ha sido profesora de Identidad y Cultura Corporativa en la U. de Lima. Actualmente, dicta talleres y es conferencista.

– QUIÉNES SOMOS –

APD es una organización privada de ámbito internacional, cuya misión es contribuir al desarrollo de las empresas a través del perfeccionamiento personal y profesional de sus directivos.

APD es ajena a todo interés gremial, propósito político o ánimo de lucro.

Impulsa la actualización y el perfeccionamiento de los directivos a través de diversas actividades y programas de formación e información, de referencia y de contactos recíprocos.

APD convoca a directivos que comparten la convicción de que el progreso de la empresa es un factor indispensable para la construcción de una sociedad y de una economía más fuertes y dinámicas para afrontar competitivamente los retos del presente y del futuro.

PROACTAPD

PROGRAMAS DE ACTUALIZACIÓN

Fecha: Martes 11 de febrero

Hora: 8:30 a.m. Registro de participantes
9:00 a.m. Inicio del taller
1:00 p.m. Fin del taller

Lugar: Belmond Miraflores Park
Salón Acacias
Malecón de la Reserva 1035
Miraflores

www.bedesign.com.pe

Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) – Perú
Emilio Cavenecia 225, Torre I, Oficina 420, San Isidro, 15073 Lima
(01) 421 5850 · confirmaciones@apdperu.org · www.apdperu.org

apd

Acceso a los Programas de Actualización de APD

• Los Programas de Actualización de APD (ProAct) tienen cupo limitado y se dirigen con carácter preferente a sus afiliados. • No obstante, quienes aún no se encuentran afiliados pueden acceder mediante el pago correspondiente. • Para acceder, todos los interesados deben cumplir oportunamente con el pago respectivo, y contar con la confirmación y el comprobante emitidos por APD. • El cupo de asistentes será cubierto en estricto orden de emisión de las confirmaciones.

SER SOCIO DE APD TIENE GRANDES VENTAJAS. INFÓRMATE LLAMANDO AL (01) 421 58 50	
CUOTA DE INSCRIPCIÓN	
Socios Patrocinadores	US$ 80 + IGV · S/ 270 + IGV
Socios Generales	US$ 120 + IGV · S/ 410 + IGV
No Socios	US$ 240 + IGV · S/ 810 + IGV

* FORMAS DE PAGO		
Abono directo o Transferencia bancaria	BBVA Dólares: 011 0179 0200446970 92 BCP Dólares: 193 2206537 1 61	BBVA Soles: 011 0179 0200446962 99 BCP Soles: 193 2217239 0 52
Transferencia interbancaria	BBVA Dólares: 011 179 000200446970 92 BCP Dólares: 002 193 002206537161 13	BBVA Soles: 011 179 000200446962 99 BCP Soles: 002 193 002217239052 12
Tarjeta Visa	Pago Link Visa	

* La obligación de pago se genera con la confirmación de la asistencia al evento, sin devolución en caso de inasistencia

*** Por tratarse de un taller exclusivo de ProAct – APD, los cupos son limitados**