

CURSO

GESTIÓN DE MARCAS

La gestión de marca no solo se basa en mantener el auge y establecer un posicionamiento importante ante la competencia. Con la gestión de marca, se busca lograr una diferencia notable ante el público, pues se ponen en juego atributos diferenciales como: calidad, utilidad, costo y versatilidad; indispensables para lograr el éxito de una empresa o emprendimiento.

En algunos casos, la marca llega a ser el elemento más importante de una empresa, ya que produce grandes beneficios a partir del reconocimiento, por ello es fundamental hacer una planificación detallada y precisa dónde se plasmen estrategias y acciones puntuales a largo plazo, tanto para impulsar ésta en el negocio y su reflejo en la predilección del consumidor.

Este curso en línea te brindará bases para impulsar la importancia de posicionarse en el mercado, generando un impacto positivo en el crecimiento de tu empresa, obteniendo consigo fidelidad y credibilidad del cliente – consumidor a través de acciones y estrategias de marketing coherentes y comprometidas en Customer Center.



Formación Smart es una solución de vanguardia para la capacitación empresarial, que aprovecha los avances de la tecnología y la creciente cultura digital mediante contenidos de valor realizados por expertos profesionales en su campo.

Ahora, lograr la formación de personas en la empresa es mucho más fácil, masiva y económica.

Formación Smart permite:

- ✓ Mayor gestión del conocimiento.
- ✓ Reducción de costos innecesarios en materia de capacitación.
- ✓ Implementación inmediata.
- ✓ Acceso 24/7 los 365 días del año.
- ✓ Más productividad y eficiencia.



CURSO GESTIÓN DE MARCAS

Dirigido a:

Organizaciones, empresas e instituciones tanto públicas como privadas, interesadas en el crecimiento y posicionamiento de su negocio a través de estrategias y acciones que generen rentabilidad al negocio.

Objetivos:

- Conocer aspectos principales sobre la gestión de marca: definición, rol, importancia, tipos y componentes.
- Reconocer la importancia del papel que juega la gestión de marca para la empresa y lo que se ofrece al target de su negocio.
- Aplicar herramientas que contribuyan en la construcción de la identidad, posicionamiento y valor de la marca, los cuales permitirán lograr esa comunicación y compromiso en el cliente.



MÓDULO 1

Materia 1: Conceptos básicos

- Qué es una marca.
- De quién es la responsabilidad.
- Importancia de la marca.
- Tipos y componentes de la marca.

Materia 2: Arquitectura de marca

- Qué es la arquitectura de marca.
- Marca monolítica.
- Marca respaldada.
- Marca independiente.
- Marca mixta.

Materia 3: Dimensiones de la gestión de marca

- Concepto de marca.
- Identidad.
- Conciencia.
- Posicionamiento.
- Fidelidad.
- Capital de marca.
- Valor de la marca.

Materia 4: Identidad de marca

- Identidad corporativa.
- El símbolo de la marca.
- Nombre de la marca.
- Manual de marca.

Materia 5: Gestión de marca

- Branding.
- Estrategia de la gestión de marca.
- 5S de la gestión de marca.
- Gestionar la experiencia del cliente desde la marca.
- Brand Journalism: Las marcas como medios de Comunicación.

CONTÁCTANOS:

info@bularcama.com

<https://wa.me/525536683482>

