

apd

Taller

ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA DIRECCIÓN



CÓMO AGREGAR VALOR CON UN BUEN RELATO DE MARCA

Castellón, 11 de abril de 2018

PLAZAS LIMITADAS



apd

CEEI
CASTELLÓN
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS


nébula
comunicación estratégica



CÓMO AGREGAR VALOR CON UN BUEN RELATO DE MARCA

Objetivo

Todos sabemos que una marca sólida agrega valor a una empresa y promueve una diferenciación eficaz y duradera. Pero ¿sobre qué bases se construye una gran marca?

Y ¿cuál es el proceso para convertir la marca en valor?

Esta jornada está diseñada para comprender las claves que permiten construir una marca auténtica, con personalidad y —esto es lo más importante— con capacidad para llegar a la memoria y al corazón de los clientes reales o potenciales. Las personas participantes tendrán oportunidad de:

- aprender a elaborar un relato poderoso, capaz de vertebrar la marca y aportarle coherencia a lo largo de todo su desarrollo.
- reflexionar sobre los diferentes modos mediante los cuales se puede convertir en valor el relato de marca.

Metodología

La jornada está diseñada como un taller en el que se suceden diversas dinámicas participativas de alto impacto que invitan a los asistentes a reflexionar sobre los temas indicados en el programa. La elección del formato responde a la certeza de que el aprendizaje solo es eficaz cuando se logran vivenciar los problemas y es el propio alumnado el que extrae sus conclusiones. Sobre ellas promoveremos, además, un diálogo reflexivo.

Dirigido a

Directivos y mandos intermedios de cualquier departamento de la empresa.

9:30

BIENVENIDA

Justo Vellón

Director CEEI Castellón

Pilar Motero

Directora Comercial APD Levante

EL RELATO QUE HAY TRAS LAS MARCAS MÁS VALIOSAS DEL MUNDO

¿Cómo construyen las marcas más valiosas del mundo sus marcas? ¿cómo logran que, a pesar de vivir en la omnicanalidad y de dirigirse a mercados múltiples, sus mensajes sean siempre coherentes?

En esta primera sección trabajaremos con diferentes ejemplos que nos permitirán descubrir el relato sobre el que se han construido algunas de las marcas más valiosas del mercado internacional. Analizaremos con ejemplos variados:

- *Cómo ese relato está vertebrando mensajes de todo tipo*
 - *Cómo aporta coherencia al conjunto de acciones de la compañía*
 - *Cómo está agregando valor a la empresa*
-

CÓMO CONSTRUIR UN RELATO QUE ENAMORE

En esta sección del taller trabajaremos tres aspectos:

- *Definir los elementos que conforman una marca poderosa. Se trata de elementos que han de extraerse desde el interior corporativo para que la marca resulte auténtica y creíble.*
 - *Crear un marco conceptual. Con el que se dará a la marca contornos precisos que la harán más fácilmente identificable.*
 - *Construir el relato de marca. Que ha de resultar motivador para el interior de la empresa y capaz de enamorar a los clientes actuales y a los potenciales*
-

CÓMO CREAR VALOR A PARTIR DE LA MARCA

Dedicaremos la última sección de la jornada a planificar la implantación del relato de marca en los diferentes ámbitos corporativos, desde el departamento de marketing al de ventas.

14:00

FIN DE LA SESIÓN



CONCHA BAEZA

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE CONTENIDOS

Filóloga de formación, ejerció durante algún tiempo el periodismo, aunque se ha dedicado a la redacción corporativa durante las dos últimas décadas.

En el proyecto de Nébula en España aporta su experiencia como creadora de contenidos y experta en relatos transmedia. Destaca por su capacidad para adaptar géneros literarios y periodísticos al ámbito del marketing.

También es amante de la historia de la fotografía y estudiosa de la imagen y cultura popular, temas sobre los que ha realizado investigaciones y publicaciones.



QUIQUE FRANCO

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN ESPAÑA

Experto en multimedia, viajó de España a México para crear Nébula en aquella orilla del Atlántico. En su viaje de regreso replicó la experiencia.

Es un hombre de agencia con larga experiencia en la gestión de grandes proyectos, capaz de incorporar a cualquiera de ellos una rotunda coherencia estratégica.

Compositor, buen guitarrista y experto navegante, en los momentos de incertidumbre suele recordar al equipo la sentencia de Séneca de que ningún viento es favorable al barco que navega sin saber a qué puerto se dirige.

