

GERENCIA ESTRATÉGICA DE GESTIÓN DE MARCA



CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1. FUNDAMENTOS DE LA IDENTIDAD DE MARCA

- Logotipo y diseño gráfico.
- Valores y personalidad de marca.
- Colores y paletas.
- Tipografía.
- Propuesta de valor de la marca.

Módulo 2. ESTRATEGIA DE MARCA

- Posicionamiento de marca.
- Segmentación de marca.
- Desarrollo de mensajes clave.
- Brand Equity.

Módulo 3. COMUNICACIÓN DE MARCA

- Fundamentos de la comunicación.
- Teorías de persuasión y técnicas publicitarias.
- CIM- comunicación integrada de marketing.
- Mensaje de marca.
- Canales de comunicación.
- Desarrollo de contenidos
- Gestión de redes sociales, opiniones y reseñas de los clientes
- Relaciones públicas.
- Medición y análisis de la comunicación de marca.
- Tendencias y tecnologías emergentes.

Módulo 4. EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- Experiencia del usuario/cliente.
- Mapeo de viaje – CJM.
- Ciclo de vida del cliente.
- La importancia de la cultura organizacional en la experiencia del cliente.
- Desarrollo de estrategias.
- Servicio al cliente.
- Customer Experience Management - CEM.

Módulo 5. GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN

- Monitoreo de marca.
- Manejo efectivo de crisis.
- Consistencias de mensajes y acción.
- Valores de la marca.
- Calidad del producto o servicio.
- Presencia en medios.

Módulo 6. MEDICIÓN DE RESULTADOS

- Medición clave de desempeño de la marca.
- Indicadores de experiencia del cliente.
- Top of mind.
- Recuerdo asistido.
- Imagen de marca.
- Índice de lealtad.
- Retención de clientes.
- Cuota de mercado.
- Crecimiento de mercado.
- ROI.
- CSAT.
- NPS.

Módulo 7. INNOVACIÓN Y ADAPTACIÓN

- Evolución de la marca.
- Innovación como clave de la transformación de la marca.
- Activos intangibles de la marca.
- Marcas registradas.
- Derechos de autor.
- Entender el mercado y las tendencias.
- Investigación y análisis de la competencia.
- Escucha activa a los clientes.
- Cultura de la innovación.
- Métodos de design thinking.
- Desarrollo de nuevos productos, extensiones de línea, servicios.
- Agilidad de empresarial.
- Desarrollo de alianzas estratégicas.