

## CÓMO IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA DE MARCA EN UN ENTORNO OMNICANAL

- ¿Cómo pasamos de la definición de la estrategia de marca a la implementación de la misma?
- ¿Qué herramientas podemos utilizar para gestionar el portfolio de producto?
- ¿Cómo podemos desarrollar los diferentes canales de distribución?
- ¿Cómo elaboramos un plan de marketing y de comercialización para poder introducirnos en canales de distribución de nuestro interés?
- ¿Cómo implementamos una estrategia 360º que nos aporte resultados al negocio?



En el **entorno de cambio** de modelos tradicionales de mercado que estamos viviendo, con un consumidor más polarizado y exigente y con una distribución que intenta adaptarse a estos cambios para poder dar respuesta a las necesidades del cliente, las empresas, si quieren sobrevivir, necesitan más que nunca adaptarse a esta tendencia estableciendo **hacia dónde van** sus marcas, **cómo quieren posicionarse** en el mercado y **qué valor van a aportar** a la distribución.

Tener definida una **estrategia de marca** es la base para un buen desarrollo de marca y de negocio. En estas jornadas haremos un repaso a los pilares de una sólida estrategia de marca y nos focalizaremos en los procesos de implementación de la misma. Porque muchas veces lo más complicado es aterrizar en la operativa del día a día de la empresa la estrategia que hemos definido. Pero, ¿cómo pasamos de la estrategia a la operativa?

Intentaremos dar respuesta a cómo nos ponemos a implementar una estrategia de marca y compartiremos cuáles son los **retos que nos encontramos** en la implementación y qué podemos hacer para superarlos. Pondremos especial atención en dos de las claves de éxito de esta implementación: **la gestión de portfolio y el desarrollo de los canales de distribución**. Veremos por qué el tridente “estrategia de marca, gestión de portfolio y desarrollo de canal” es básico para encontrar oportunidades de mercado que ayuden a dinamizar y a aportar valor al sector.

## OBJETIVO

El objetivo de estas jornadas es ofrecer herramientas prácticas que ayuden al desarrollo del negocio a través de una óptima gestión de portfolio de producto y un buen desarrollo de los diferentes canales de distribución que se acaben transformando en **planes de marketing y planes de comercialización** que sean la hoja de ruta compartida con todas las áreas funcionales de la organización y que ayuden a conseguir el desarrollo y crecimiento del negocio.

## METODOLOGÍA

Se utilizarán conceptos teóricos combinados con procesos y herramientas prácticas que ayuden a los participantes a aplicarlos en su día a día. El objetivo de la metodología es **ayudar a los asistentes a desarrollar una hoja de ruta con los retos y las diferentes acciones** que se deberían llevar a cabo en sus empresas para poder implementar la estrategia de marca, optimizar la gestión actual de su portfolio y desarrollar los canales de distribución.

Para ilustrar los diferentes conceptos y procesos se utilizarán **casos prácticos** de empresas PYMES y/o multinacionales que puedan ayudar a la comprensión de los mismos y que sean inspiradores para los asistentes.

En el **taller práctico** de la segunda jornada se trabajarán problemáticas y/o dudas de implementación que puedan haber tenido o que tengan actualmente las empresas participantes. Los asistentes tendrán que exponer sus dudas y/o problemáticas respondiendo a un formulario que tendrán que rellenar junto con la inscripción a las jornadas.

## DIRIGIDO A

Empresas participantes en el Programa Impulsa Agro (<http://impulsaagro.com/>) y otras pymes del sector agroalimentario.

Directores de Marketing, Directores Comerciales, Directores de Producción, Directores de Innovación, Gerentes, Responsables de Exportación y otros profesionales en las áreas de comunicación, desarrollo de negocio y estrategia y marca.

## PROGRAMA

**Fecha:** 19 y 20 de septiembre

**Formato:** Presencial

**Horario:**

**Jueves 19 de septiembre**

- Mañana de 9:30 a 14:00 horas
- De 14:00 a 15:00 horas *Networking Lunch* en Cámara para ponente y asistentes a la formación
- Tarde de 15:00 a 18:30 horas

**Viernes 20 de Septiembre**

- Mañana de 9:30 a 14:30

**Lugar:** Cámara de Comercio de Ciudad Real

**Inscripción:** GRATUITA previa solicitud ([www.camara.org](http://www.camara.org))



**Mercè  
Riera**  
PONENTE



Su formación doble en Ciencias de la Comunicación y ADE sumada a una gran experiencia en marketing le dan una visión muy amplia del negocio, de la marca y de sus herramientas de gestión.

Cuenta con más de 15 años de experiencia como profesional de marketing, comunicación y desarrollo de negocio. Trayectoria profesional en diferentes posiciones de marketing en empresas multinacionales del sector del lujo y gran consumo: L'Oréal, Puig y Frit Ravich.

Executive Master in Business Administration (EMBA) por ESADE Business School (2008-2009) y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Autònoma de Barcelona (1993-1997).

## CONTENIDO DE LAS JORNADAS

---

### 19 SEPTIEMBRE

1. Pilares de la estrategia de marca
  - 1.1. Propuesta de valor
  - 1.2. Territorio e iconografía de marca
  - 1.3. Arquitectura de marca
2. Procesos de implementación
  - 2.1. Retos: consumidor, distribución e internos
  - 2.2. Definir categoría de producto
  - 2.3. Estrategia de portfolio
    - Submarcas y/o familias de producto
    - Foco producto insignia: clave para construir categoría
    - Producto regular vs promocional
  - 2.4. Definir la estrategia de pricing
  - 2.5. Canal de distribución: la omnicanalidad o transcanalidad
    - Identificar las dinámicas del canal
    - Adaptación a las necesidades del canal
    - Activación del canal: el punto de venta un aliado clave
  - 2.6. Estrategia de comunicación
    - Definir puntos de contacto: omnicanalidad off-line y on-line
    - Contenidos de comunicación: generación de contenidos vs formatos tradicionales de comunicación
3. El plan de marketing
  - 3.1. Dinamizar la categoría: innovación, promoción y campañas
  - 3.2. Definir objetivos, acciones y timings
4. El plan de comercialización o plan account
  - 4.1. La distribución un partner imprescindible para el éxito de la implementación
  - 4.2. Personalización de planes de clientes

### 20 SEPTIEMBRE

**TALLER PRÁCTICO.** En este taller se trabajarán problemáticas, dudas y/o reflexiones de implementación de la estrategia de marca, gestión de portfolio y desarrollo de canal de las empresas participantes.

Esta sesión tiene como objetivo aterrizar los conceptos y procesos expuestos en la primera jornada del día 19 de septiembre a experiencias reales de los participantes, para que empiecen a hacer el ejercicio de aplicarlos en sus respectivas empresas y que puedan compartirse dudas y/o preguntas entre los asistentes.

# QUIERO ASISTIR

Si estás interesado en asistir, rellena la solicitud de inscripción que encontrarás en el siguiente enlace:

## **SOLICITUD**

La confirmación de asistencia se efectuará con la recepción de la solicitud debidamente cumplimentada antes del día **6 de septiembre de 2019** a la dirección de correo [cdelgado@camaracr.org](mailto:cdelgado@camaracr.org)

