

El posicionamiento de las marcas, lo más relevante para los profesionales

Sofía Barañano/Pedro Elvira

Carlos Gracia, director general de la Asociación de Marketing de España, con la colaboración de Coleman CBX, presentaron el proyecto Observatorio de Branding, Brand>Impact 2013- Factores de Impacto en las Marcas en Caixa Forum. Dicho estudio ha sido realizado por el instituto de investigación GfK. Presenta la opinión de profesionales destacados de marketing y branding de empresas líderes de nuestro país acerca de los diferentes factores que positiva o negativamente repercuten en nuestras marcas.



La presentación constó de varias ponencias. La primera corrió a cargo de Estefanía Llagues, directora de la división Gran Consumo de GfK, en la que expuso los resultados del Estudio Brand>Impact 2013. Los estudios revelan que los profesionales españoles otorgan un 80% de relevancia al posicionamiento y un 79% a la fidelización, como factores clave para el desarrollo y éxito de una marca. A continuación, Víctor Mirabet, Consejero Delegado de Coleman CBX, habló sobre la transformación que han sufrido las marcas.

La parte práctica del observatorio fueron las dos últimas presentaciones en la que los ponentes mostraron casos prácticos de sus respectivas empresas. Mahou San-Miguel, con Javier Herrero- Velarde, director de Marketing de la compañía, explicó la estrategia llevada a cabo para "Mixta: la creación de una marca digital". Para finalizar, Luis Gómez, director de Marca y Reputación de Iberdrola mostró la "Iberdrolización" de la marca en los distintos países donde está presente.