

PORTADA >> ANUNCIANTES >> [La conquista del consumidor pasa por rec...](#)

Publicado el viernes, 07 de febrero de 2014 a las 13:00

La conquista del consumidor pasa por recuperar la confianza en las marcas

★★★★★ 0 VOTACIONES | [COMENTARIOS](#)

[Me gusta](#) [Twittear](#)

Redacción

Coleman CBX, en colaboración con la Asociación de Marketing de España y el instituto de investigación GfK presentaron la **3ª edición del Observatorio de Branding**, dedicado en esta ocasión a un tema de especial relevancia para nuestras marcas en el actual momento de cambios y transformaciones en el que nos encontramos: nuestra confianza en ellas.



III edición del Observatorio de Branding

Bajo el lema **La confianza en nuestras marcas: ¿un camino de ida y vuelta?**, la edición 2014 del Observatorio de Branding pretende ayudar a identificar las claves necesarias para encontrar ese "camino de vuelta" hacia la confianza perdida, en un entorno mutante e incierto como el actual y frente a un consumidor más crítico, conocedor y exigente.

En este contexto, **el Observatorio de Branding apuesta por la confianza como oportunidad y palanca de éxito para afrontar esta nueva etapa.** Por la necesidad de reflexionar y aprender de errores pasados, desechar modelos caducos de gestión e identificar renovadas vías de actuación que posibiliten un crecimiento más ágil, estable y sostenible de nuestras marcas y negocios, en línea con las exigentes expectativas del nuevo consumidor.

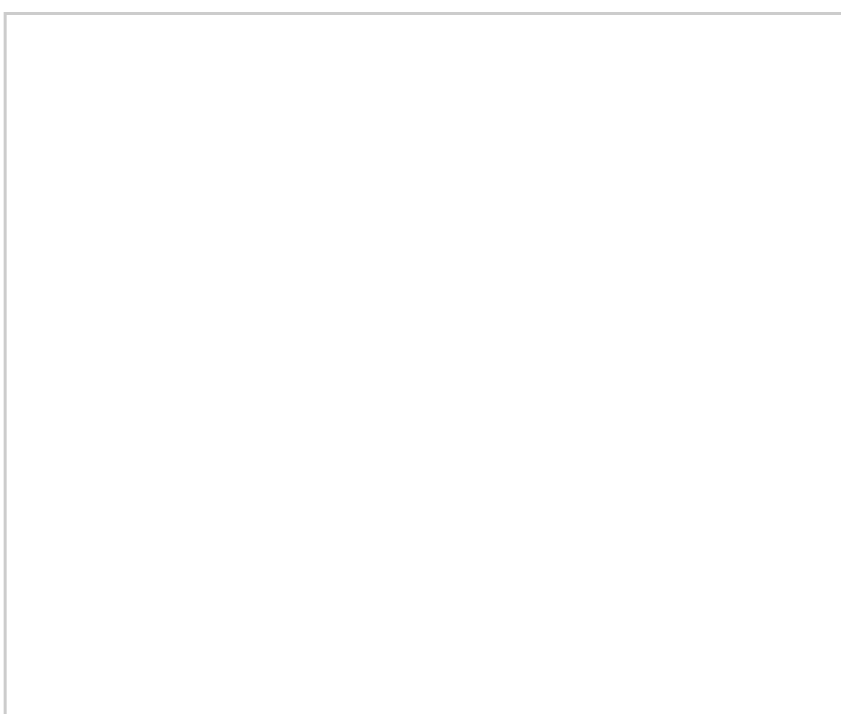
Un potente panel de expertos profesionales procedentes del mundo del marketing, comunicación, investigación y empresarial (Asociación de Marketing de España, Coleman CBX, Corporate Excellence, Direct, Edelman, GfK, Kia Motors Iberia, Samsung y Sanitas), ofrecieron sus experiencias y valoraciones sobre el factor "confianza" – su definición, últimas cifras avaladas por referentes en investigación y casos prácticos – con la posibilidad de contrastar opiniones en el coloquio posterior.

Cabe destacar la presentación - en primicia para España y en el contexto de esta tercera edición del Observatorio de Branding - de los **resultados 2014 del Edelman Trust Barometer**, el mayor estudio mundial sobre confianza y un referente para las instituciones y sector público, que revela las claves para que empresas y marcas tomen la iniciativa y conviertan la actual crisis de liderazgo en una oportunidad, entre otras muchas e interesantes conclusiones.

La Jornada estuvo dirigida por **Víctor Mirabet, consejero delegado de Coleman CBX, Víctor Conde, director general de la Asociación de Marketing de España y Estefanía Yagüez, directora de la división Gran Consumo de GfK**, principales impulsores del proyecto.

Más información en la próxima edición impresa de *El Periódico de la Publicidad*.

Noticias Relacionadas



TV



El Periódico de la Publicidad. TV
★★★★★ 4 VOTACIONES
1 COMENTARIOS

CAMPAÑAS



★★★★★ One Romm Paradise de Mother para Ikea
7 VOTACIONES 0 COMENTARIOS

VIDEOS



★★★★★ Sra. Rushmore crea una nueva campaña para la Fundación Todos som...
4 VOTACIONES 0 COMENTARIOS

IMÁGENES



★★★★★ El mejor talento creativo se dona a UNICEF en el Día Universal del ...
4 VOTACIONES 0 COMENTARIOS

elBLOG
de la
PUBLICIDAD

EL PERIÓDICO DE
LA PUBLICIDAD

Irreductibles

Encuesta

¿Continúan teniendo las agencias y las marcas un "pensamiento analógico" en lo que a su

- Ligeresa presenta su primera obra de teatro enfocada a la mujer
- Cruz Roja confía en Revolution para el Sorteo Especial de Lotería Nacional
- Microsoft llega a un acuerdo publicitario con QDQ Media de la mano de Bing

COMENTARIOS

COMENTAR

 ENVIAR POR MAIL

 IMPRIMIR

Comentarios

Acepto la **cláusula de privacidad**

AVISO

El Periódico de la Publicidad se reserva el derecho de moderar los comentarios publicados de los usuarios en caso de insultos, amenazas o faltas de respeto a otros usuarios. No está permitido verter comentarios contrarios a las leyes españolas o injuriantes. Reservado el derecho a eliminar los comentarios que consideremos fuera de tema.

ENVIAR

publicidad se refiere?

Si

No

Resultados

Si: 73.33%

No: 26.67%



Lo + leído

Lo + votado

Lo + comentado

- Internet crece un 1,8% siendo el único med...
- Marta Piñol, directora general de Shackle...
- Clear Channel sorprende con una nueva campa...
- Vodafone evoluciona en su identidad visual ...
- Nuevas promociones de directores creativos ...

Última Semana

Último Mes

Último Año



| [tarifas](#) | [staff](#) | [contacto](#) | [aviso legal](#) | [política de cookies](#) |



© El Periódico de la Publicidad, S.L. 2005-2011