

CONTENIDOS

- Publicidad y lujo
- Los Mejores de 2012
- Estrategias de branding para salvar tu marca
- Mobile Marketing y mCommerce, en la mente de los anunciantes
- Las mejores campañas digitales de 2013
- El Sol 2013
- Claves para entender el CRM en la actualidad
- El negocio visto por las agencias
- Cannes Lions 2013
- La publicidad más eficaz
- Las claves del social media
- La mejor publicidad del mundo
- Noticias
  - Anunciantes
  - Agencias
  - Agencias de medios
  - Medios
  - Branded Content
  - Servicios de marketing
  - Mundo online
  - Comunicación y RR.PP.
  - Investigación
  - Mobile marketing
  - Producción gráfica y audiovisual
  - Profesión
  - Diseño y branding**
  - Fotografía
  - Eventos
  - Festivales y premios
- Entrevistas
- Publicidad y salud
- Claves del marketing y la publicidad 2.0
- Reportajes
- Investigación
- Los mejores del año 2013
- Documentos
- Eficacia publicitaria: casos de éxito
- Artículos
- Libros
- Publicidad y cine
- Galería de Anuncios y Campañas
- Eslóganes y textos publicitarios
- Enlaces

**OMExpo** 10 AÑOS 9 & 10 ABRIL 2014 El Evento de marketing digital más importante de España

El Publicista/Noticias/Diseño y branding

04/02/2014

### La confianza en nuestras marcas, ¿un camino de ida y vuelta?

**La tercera edición del Observatorio de Branding incide en la necesidad de construir nuevos modelos de gestión de marca para responder a las expectativas del consumidor actual**

Bajo el lema 'La confianza en nuestras marcas: ¿un camino de ida y vuelta?', Coleman CBX, colaboración con la Asociación de Marketing de España y GfK, ha presentado la tercera edición del Observatorio de Branding, centrándose esta vez en la confianza de los consumidores hacia las marcas. Así, con el objetivo de identificar las claves necesarias para recuperar la confianza perdida, el Observatorio ha apostado por este valor como oportunidad y palanca de cambio para afrontar una nueva etapa. Según Víctor Mirabet, consejero delegado de Coleman CBX, a consecuencia de la crisis social y económica ha surgido un nuevo tipo de consumidor, más ágil en sus movilizaciones y en defender sus intereses. Es por eso que las marcas necesitan revisar sus planteamientos y modelos, dice Mirabet, y pensar que el mejor ROI que se puede tener ahora mismo es la confianza. El Ceo de Coleman también ha subrayado 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.

Por otro lado, se han presentado los resultados del Edelman Trust Barometer, el estudio mundial sobre confianza, revelando las claves para que empresas y marcas tomen la iniciativa y conviertan la actual crisis de liderazgo en una oportunidad. Uno de los datos más relevantes es que son las ONG's las instituciones que más confianza despiertan entre los consumidores, tanto a nivel mundial como concretamente en el caso de España, muy por encima de las empresas, los medios de comunicación y las administraciones públicas. De hecho, a nivel mundial de los 27 mercados analizados, en 20 se erigen como la voz más importante y en la que más se confía.

Votar:      Resultado:      0 votos

- BlinkList
- del.icio.us
- Digg
- Facebook
- LinkedIn
- Meneame
- MSNReporter
- Technorati
- Tumblr
- Twitter
- Wikio
- Yahoo! Bookmarks



### GALERÍA DE PIEZAS GRÁFICAS



Sólo que nos acompañes en el nº 300  
HU aniversario.  
el publicista 15 años de amor a la publicidad

#### EDICIONES DIGITALES

-Anuario de Agencias de  
Publicidad y Medios 2013

-Anuario de Investigación  
2013

-Agencias y Grupos  
Nacionales de Publicidad

-Anuario Investigación  
2012

-Guía de másters y cursos  
de postgrado 2013-2014

#### AL MARGEN

Felicitaciones Navideñas

Publicidad y Humor

Último

+visto

+votado

1 | MORAN GIHNSON Madrid

2 | Comarketing entre Granini y Central  
Lechera Asturiana

3 | September ficha a Edgar Carrasco

4 | Top 10 Campañas Publicitarias (Grp's  
adultos - PyB) del 27 de febrero y 2 de...

5 | Arranca la primera red de afiliados de  
cupones descuento para productos de gran ...

## ESPECIAL GUÍA COMPLETA DE MÁSTERS Y CURSOS DE POSTGRADO

DE PUBLICIDAD, COMUNICACIÓN Y MARKETING

CURSO ACADÉMICO  
2013/2014

EN UNIVERSIDADES,  
ESCUELAS Y  
CENTROS  
DE ENSEÑANZAS

## SEO Y SEM

Google  
bing  
YAHOO!

#### Libros

##### Marcas que sueñan

"Si una empresa aspira a  
vender más, debe empez...

[+]



##### 'Comunicación financiera: Transparencia y confianza'

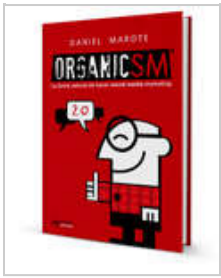
Todas las empresas que  
tienen que financiarse  
necesitan comu... [+]



OrganicSM: La forma  
natural de hacer social

...  
**media marketing**  
El experto en marketing y comunicación Daniel Marote

... [\[+\]](#)



Alto Ampiside  
**Nace el libro 'Padres no niños' fruto del branded content**

Para muchas marcas el branded content se está consol... [\[+\]](#)



**El libro "Los personajes de tu mente" sale a la luz**

La obra "Los personajes de tu mente" pone de r... [\[+\]](#)

**el publicista**

[\[ Publicidad \]](#) [\[ normas de uso \]](#) [\[ política de privacidad \]](#)

El Publicista S.L © 2003 - 2006 . Todos los derechos reservados

[XML/RSS](#)

Gestor de contenidos desarrollado por:  Powered by SPC v2012 ©  ®