

Estrategia de marca en el vino

El módulo de estrategia de marca en el sector del vino contiene 13 vídeos. Todos ellos suman más de 3 horas y media de formación dónde Fran Segarra, Sole Garcia y Albert Puig nos hablarán de la marca y de su contexto.

En este módulo aprenderás el concepto de marca personal y de marca corporativa. ¿Qué es una marca? Veremos ejemplos en el sector del vino de marcas con reputación y de personal branding, también del sector vinícola. Aprenderéis los procesos que intervienen en una buena estrategia de marca personal para que los podáis aplicar a vuestras marcas en el sector del vino. Cuando acabéis el módulo sabréis lo que es una buena estrategia



de marca, con casos de éxito del sector. El manifiesto Cluetrain, el concepto de Aldea Global, el Golden Circle de Simon Sineck, La propuesta de valor de la marca y los canales Online y canales Offline para transmitir nuestro mensaje. Aprenderemos también que los mercados son conversaciones y la importancia de la segmentación. ¿Qué es un Buyer Persona? ¿Y el Storytelling? Finalmente veréis qué son los territorios de marca analizando muchos ejemplos publicitarios.

Lecciones

1. La marca personal
 2. El personal branding
 3. Los canales de comunicación
 4. ¿Qué es la marca corporativa?
 5. La marca y su contexto
 6. Fases de la estrategia de marca I
 7. Fases de la estrategia de marca II
 8. Territorio de marca – Introducción
 9. Territorio de marca – Brand wheel
 10. Reflexiones ¿Qué es la marca?
 11. Campañas publicitarias en el sector del vino
 12. Videocampañas publicitarias en el sector del vino
- Examen curso Estrategia de marca

