

Estratégia de Marca – Branding Strategy

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências, analisar exemplos e casos práticos, bem como alguma informação teórica/conceptual sobre Marca e Estratégia de Marca (Branding e Brand Strategy). Os formandos terão oportunidade de aplicar, de forma assistida, os conceitos apreendidos para desenvolver competências práticas.

Destinatários

Gestores de Produto, Gestores de Marca, Gestores de Vendas e/ou Marketing.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdos

1. Perceber o que é, a importância e o papel da Marca;
2. Perceber a diferença entre Marca e Nome reconhecido;
3. Perceber como a Marca se posiciona no 'Marketing-Mix' e acresce valor para os clientes
4. Perceber a psicologia da Marca;
5. Distinguir dois conceitos fundamentais: Brand Equity e Brand Franchise;
6. Conhecer o processo de validação da Marca, incluindo o papel dos estudos de mercado
7. Criar a Marca, desenvolver equidade e identidade;
8. Perceber o que significa 'Posicionamento' da Marca e como se procede para atingir um patamar ótimo;
9. Discutir o futuro no processo de gestão da Marca;
 - Conseguir comunicar a proposta de Marca e as mais valias para quem 'compra'.