

LA IMPORTANCIA DE LA MARCA: CÓMO PROTEGER, FORTALECER Y AÑADIR VALOR A LA MARCA

JEAN-MARC LEHU

Muchos “futurólogos” políticos y económicos predicen una fuerte recesión económica para los próximos meses. En un entorno tan agitado, la tentación de descuidar la marca es grande, ya que su interés tangible no es muy conocido. Además, la situación económica requiere nuestra atención en otras muchas cosas. No obstante, la marca es el signo de identidad esencial de cualquier producto o servicio que lleve su nombre y/o su logo, por lo que podría ser un activo bastante estratégico y competitivo. Por tanto, dejarla a la deriva sin una gestión adecuada puede ocasionar un proceso de envejecimiento costoso y, en ocasiones, letal, ya que, al igual que el mercado, las marcas envejecen, se abandonan y se olvidan si no se protegen lo suficiente y si no se gestionan bien. Después de recordar en diez puntos por qué es útil la marca, esta presentación analizará e ilustrará el ciclo de vida de la marca, las bases del proceso de envejecimiento, la posibilidad de una acción de rejuvenecimiento, y las claves para evitar el fenómeno del envejecimiento. Incluso si se dispone de poco tiempo, esta presentación tratará de aportar ejemplos y casos prácticos relevantes.