



## EL DIRCOM Y LA COMUNICACIÓN

### ESTRATÉGICA

Cali, Colombia, agosto 4 del 2005.

*marcas*

# LO ESTRATÉGICO

Productos

Mercados

Operación

Modelo Financiero

*marcas*

Finanzas

Producto

Mercadotecnia

Precio

Recursos  
Humanos

Plaza

Ventas

Promoción

# LA COMUNICACIÓN ES MÁS FUERTE QUE LA ACCIÓN

Joan Costa

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

*ma* *marcas*

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Comunicación de crisis
- Comunicación masiva
- Imagen corporativa
- Ventas
- Eje de negocio

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

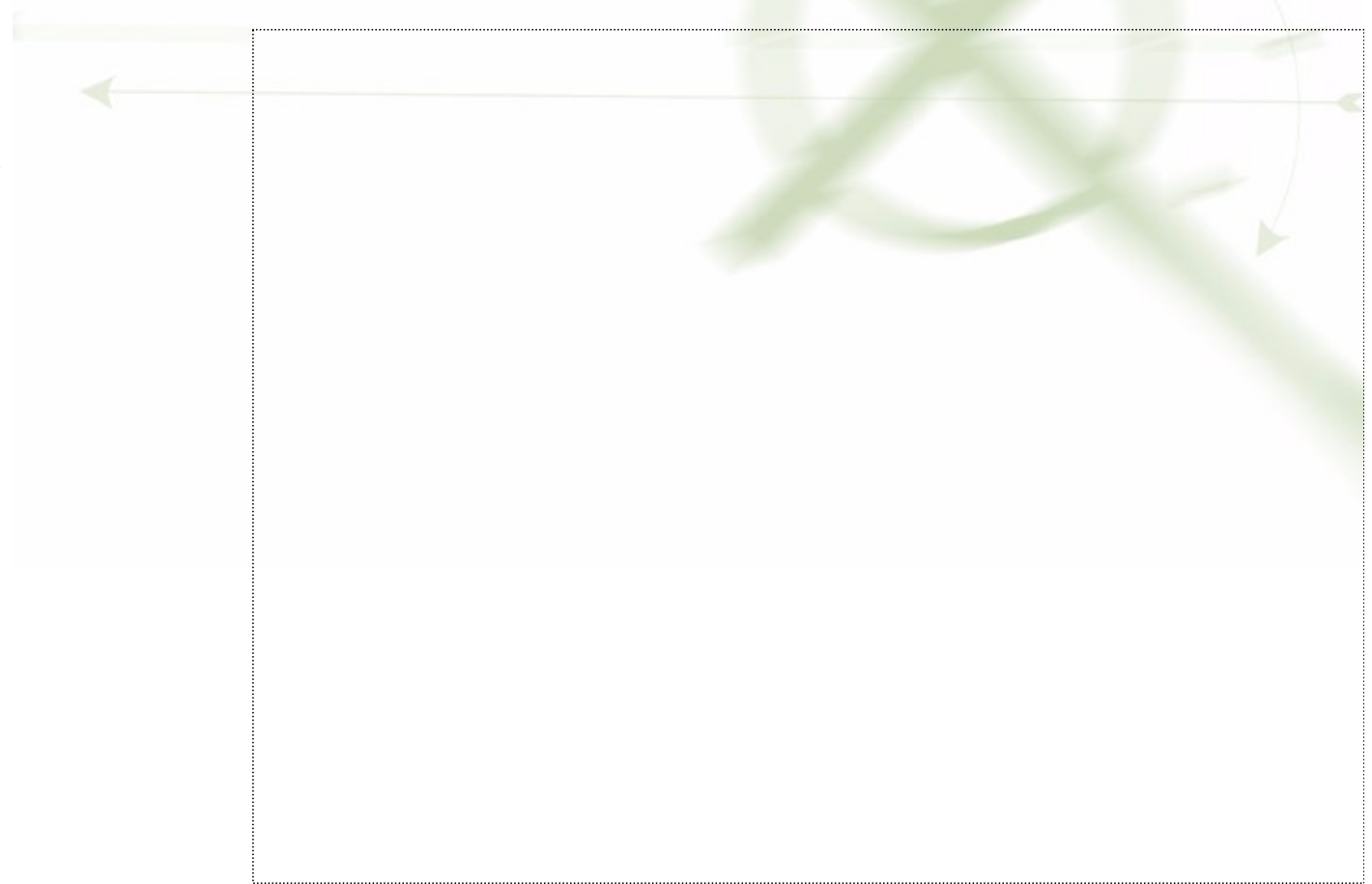
eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Producto
- Punto de venta
- Merchandising
- Internet
- Precio



supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Liderazgo
- Motivación
- Alineación
- Comunicación gerencial

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

La comunicación es la amalgama de todos los procesos empresariales.

Su correcta utilización representa un diferencial de eficiencia que difícilmente se pone en la balanza.

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Publicidad
- Promociones
- Mercadotecnia directa
- Mercadotecnia diferencial
- Valor de marca

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

## Dificultad de medición

- Efecto de largo plazo
- Muchas variables intervienen
- Reciente desarrollo de la investigación cuantitativa aplicado a las ciencias sociales
- Resistencia a investigar lo que aparenta ser obvio

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Identidad
- Marca
- Imagen
- Filtros ruido-
- Posicionamiento
- Reposicionamiento
- Identidad

*ma* marcas

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

EL NEGOCIO Y LA MARCA SON UNIDADES  
INSEPARABLES, SON EL HECHO Y SU  
REPRESENTACIÓN

-SE GOBIERNAN MUTUAMENTE-

***Make it Simple***

*ma* marcas

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

Es por su capacidad representacional, que la **marca** estratégicamente administrada es la esencia que genera negocio:

es lo que simboliza,

es lo que vende,

es lo que se conecta emocionalmente con los públicos,

es lo que genera clientes de largo plazo.

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

La marca es una promesa,  
una propiedad,  
un sistema de valores,  
tu reputación,

y tiene enorme valor porque establece una relación de confianza.

*ma* *marcas*

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Hoy casi todos quieren una marca o son una
- Representa a gobiernos, organizaciones de beneficencia o individuos
- Razones:
  - Difícil diferenciación de producto
  - Sobre-oferta: nadie quiere o puede procesar una gran cantidad de elecciones; recompensa a las marcas más establecidas
  - La tecnología hace a las empresas transparentes:
    - La publicidad tradicional no cubre los mensajes incongruentes
    - La comunicación tiene que estar en línea con los valores de la marca y el negocio mismo

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

PRODUCTOS VAN Y VIENEN PERO LA MARCA PERMANECE

UN PLAN DE NEGOCIO SIN UN PLAN DE MARCA  
ES COMO UN ORGANISMO SIN ADN

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- Dircom
- DirCom vs. Dir\_\_\_\_s
- Dirigir vs. liderar
- Aprendizajes

supervivencia

mezcla de mercadotecnia

eficiencia

medición

valor de marca

dircom

- La forma más efectiva de agregar valor:

## COMITÉS DE COMUNICACIÓN

GRACIAS

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.