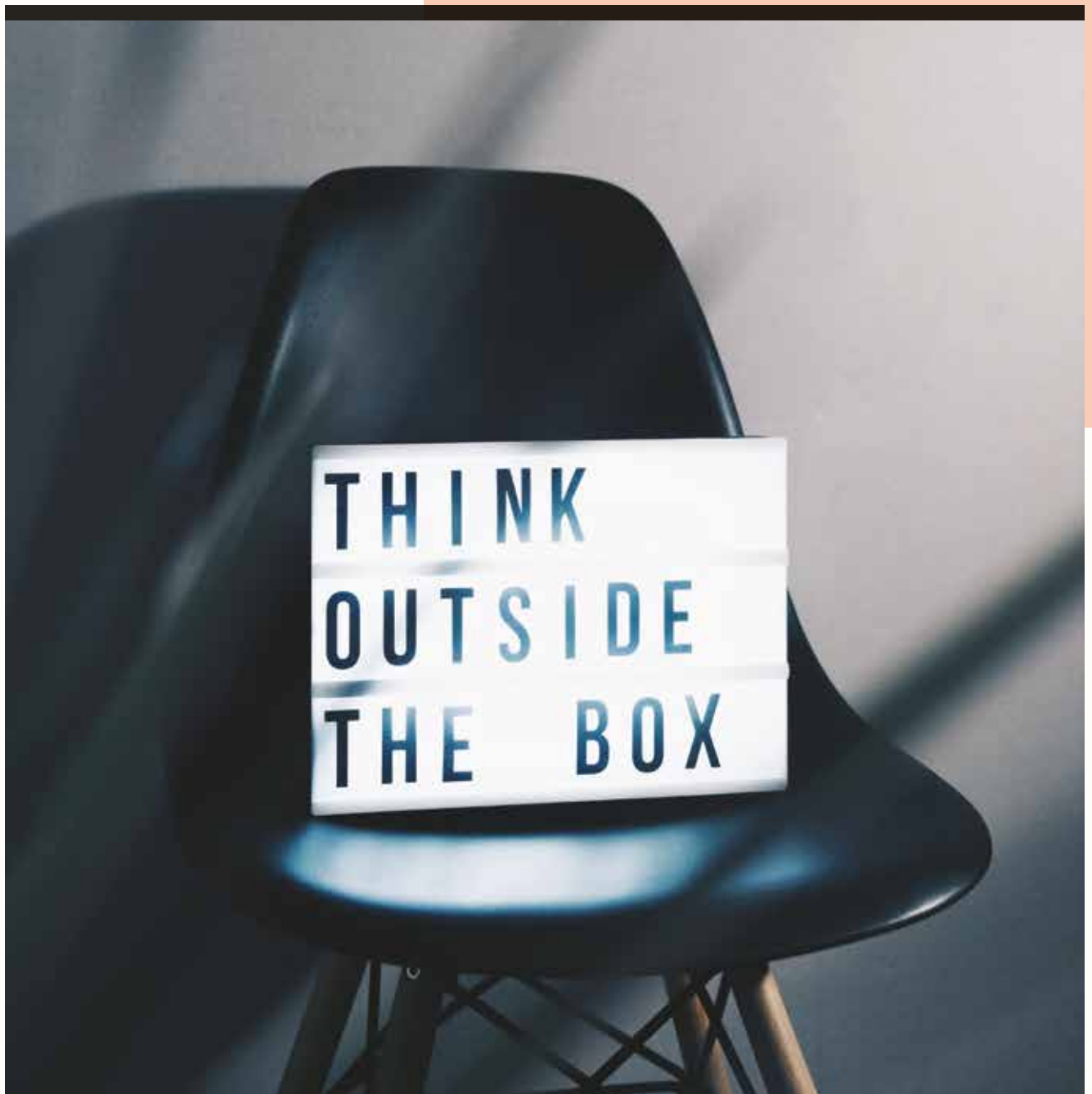


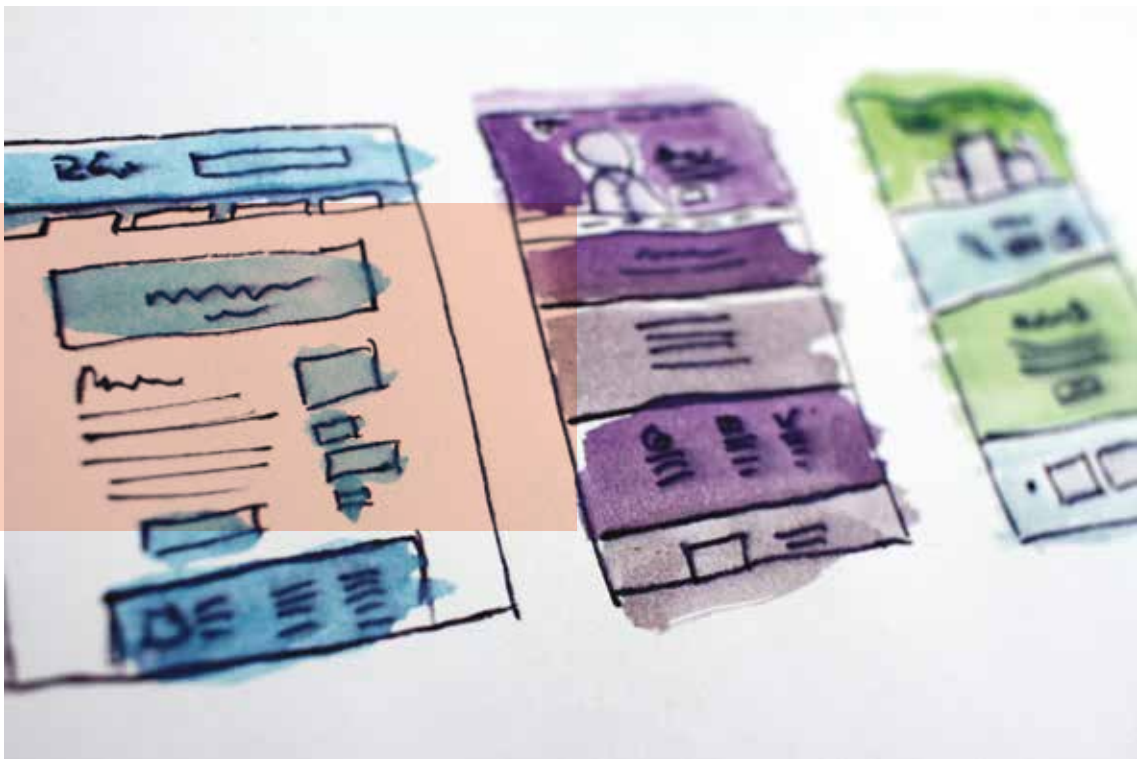
BRANDING MODA.

Cómo construir marcas saludables y sus
Planes de futuro



DESCRIPCIÓN.

Flip Flop College se ha mantenido a la vanguardia en la innovación del sector moda calzado a lo largo de los últimos años. Ahora conscientes de la vertiginosa evolución que se está llevando a cabo en este sector, hemos querido trasladar NUESTRA EXPERIENCIA a los profesionales inmersos en estos procesos de innovación.



6 SEMANAS



100%
PRESENCIAL



OBJETIVOS DEL CURSO

Generar estrategias de comunicación y branding eficaces, para incidir de manera determinante en la consecución de los objetivos de una organización. Desarrollar políticas de comercialización que requieran de una comunicación estructurada a través de la marca, siendo esta el principal eje estratégico.

DESTINATARIOS DEL CURSO

Profesionales que ejerzan en departamentos de Comunicación, Publicidad o Marketing de empresas de cualquier sector, y desee adquirir conocimientos estratégicos en la gestión de marca.

A aquellas personas relacionadas con el mundo de la moda, (diseñadores, startups, directores comerciales y/o marketing y CEO's de empresas del sector moda (calzado, complementos, textil, hogar, startups de productos de moda).



MÓDULOS



- 01.** **La Historia de las marcas**
- Recorrido por la historia de las marcas
 - Sostenibilidad en las marcas
 - RSC

- 02.** **La Estrategia**
- Análisis de las otras tres “P” kotler.
 - Definición de objetivos y metas de tu marca.
 - ADN de tu marca.

- 03.** **La marca:**
- Las diferentes identidades de la marca
- La identidad visual: El logotipo y sus composiciones, el color, la tipografía.
- La identidad verbal: El naming, el slogan, el tono de comunicación

MÓDULOS

04. Naming y protección legal del branding

05. Imagen corporativa:

- Concepto.
- Coordinación y Desarrollo.
- Gestión y supervisión. “Manual de normas gráficas “

06. Plan de comunicación

- Plan de medios
- Off line
- On line
- Campaña de publicidad
- Dirección de arte
- Sesión de fotos / vídeo
- Piezas (brochures, flyers, etc.)



MÓDULOS

- 07.** **RR.SS**
- Inbound Marketing
 - Gestión y perfiles de Redes Sociales
 - Youtube
 - Pinterest
 - LinkedIn
 - Instagram
 - Facebook
 - TikTok
 - Creación de contenido original

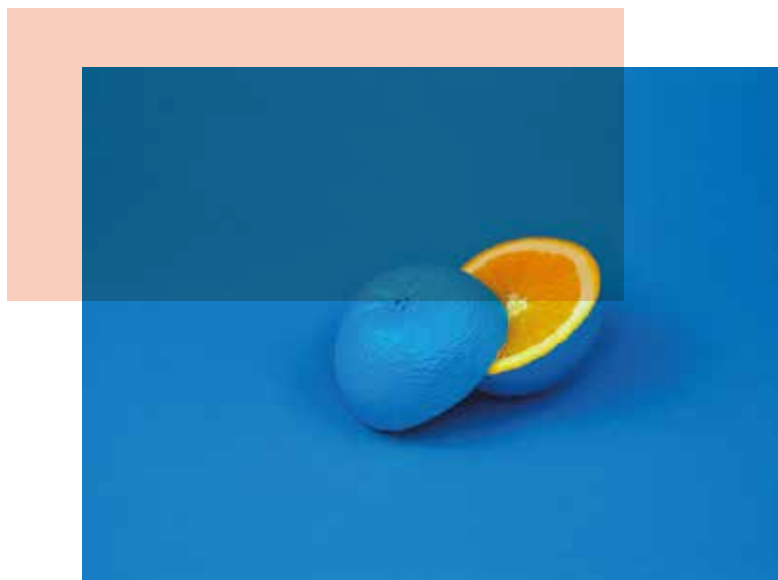
- 08.** **Packaging**
- Filosofía Nipona
 - Embalaje
 - Envase
 - Etiquetado
 - Qué más?

- 09.** **Punto de venta offline**
- Universo p.v
 - Escaparate
 - Lineal
 - Mostrador

- 10.** **Ferias:**
- Stands
 - Relaciones con la prensa

- 11.** **Gestión de influencia y prensa**
- Show Room
 - Dossiers de prensa
 - Influencers
 - Product placement

- 12.** **El producto como foco**
- 12.1 PRODUCTO Vs MARCA y la 3ª VARIABLE y más importante, EL CONSUMIDOR**
- Cómo crear un producto que no existe con Marketing 4.0 y 5.0.
 - 3D como pre test de mercado.
 - Avatares digitales.
 - Crowfunding.
 - Pre orders.
- 12.2. Cómo crear una marca desde el producto**
- La importancia del storytelling y la omnicanalidad
 - Casos de estudio
- 12.3. Cómo crear un producto desde la marca**
- Las influmarcas
- 12.4. Tendencias de comunicación y de producto Post-Covid**
- 12.5. Caso práctico.**



MÓDULOS

13. Punto de venta online Clase 1: Activación del E-Commerce

- ¿Qué plataforma Ecommerce elijo?
- Ecommerce como medio no como fin
- ¿Cómo monto mi E-commerce de una forma rápida y efectiva?
- Arquitectura web: plantilla o diseño a medida.
- Mi marca en el entorno web
- Creación de contenido web necesario
- Configuración del catálogo: copys, imagenes...
- Conexiones de marketing necesarias para captar tráfico
- Mails transaccionales que cautivan
- Como crear una ficha de producto para el éxito?
- Precios y descuentos
- Cosas legales que tengo que tener en cuenta
- ¿Qué métodos de pago utilizo?
- Funcionalidades
- Sistema de analítica integral
- Unboxing time como hacer un packaging para el éxito.
- Como complementar mi estrategia
- E-commerce con Marketplaces

Clase 2: Estrategia de marketing

- Tendencias de marketing digital: casos de éxito en acciones de marketing digital
- Claves para organizar mi calendario de campañas y contenidos: herramientas y método para no morir en e intento.
- Momentos de mercado & momentos que provoca el negocio.
- Como definir mis argumentos de comunicación, ¿qué le cuento a mi cliente para que no se aburra?
- Selección de mi marketing mix.
- Integración de todos mis canales de marketing en 360°
- Como utilizar Instagram para vender más.
- Influencia! Funciona!
- Estrategia de mailing, si o si.
- Sorteos, coge velocidad de crucero
- Alianzas de empresas afines
- Otras acciones de marketing.



DIRECTORA DE PROGRAMAS

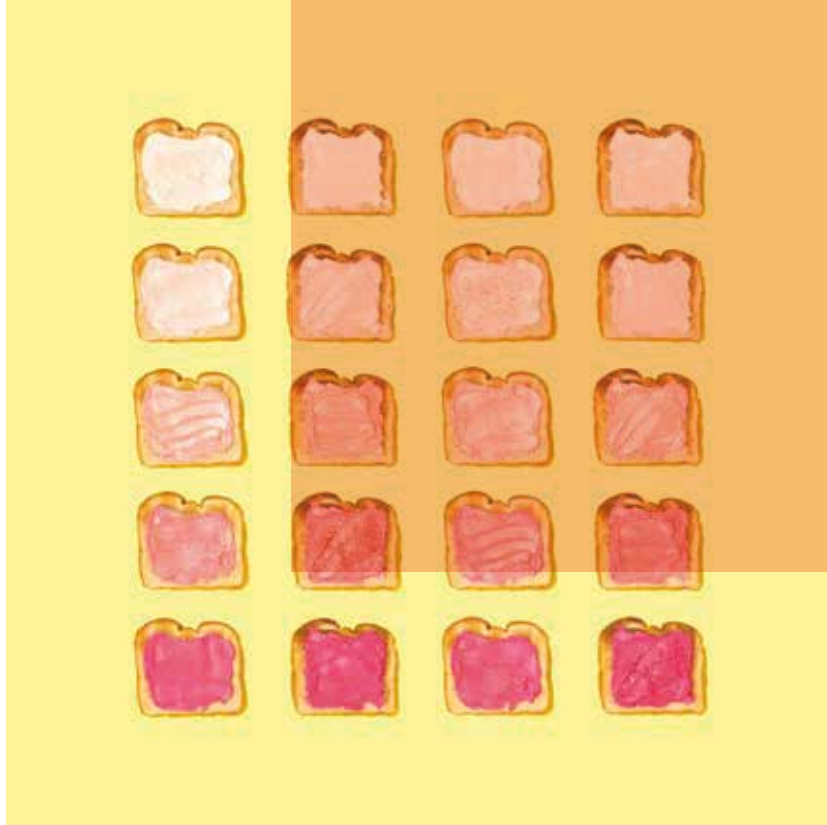
El programa BRANDING, CÓMO CONSTRUIR MARCAS SALUDABLES Y SUS PLANES DE FUTURO, capacitará a emprendedores y gestores de empresas a gestionar sus marcas de la forma más eficiente, atractiva y bien dirigida posible, proporcionando herramientas reales que pueden ponerse en práctica desde el primer día.

Ana León
Directora de Programas
Flip Flop College

Ana León

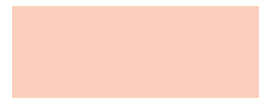


METODOLOGÍA.



Este programa se desarrolla en un entorno altamente colaborativo, que se fomenta a través de foros de discusión y actividades grupales.

El enfoque es totalmente práctico, apoyado en el método del caso y en la utilización de herramientas que podrán ponerse en práctica desde el primer día en la vida profesional real.



CERTIFICADO

Todos los participantes que completen con éxito el programa recibirán un certificado avalado por la institución FLIP FLOP COLLEGE.

BRANDING.

Más información

Si deseas más información, puedes ponerte en contacto con nosotros.



+34 601 362 819



info@flipflopcollege.com



<https://flipflopcollege.com>

Doris Garcia

Sales Manager Internacional



dorisgarcia@flipflopcollege.com



+502 4230 4421

Alianza Estratégica

Para el lanzamiento e impartición de este programa Flip Flop College se ha asociado con El Museo del Calzado.



FLIP
FLOP
COLLEGE