

¿CÓMO POSICIONAR *UNA MARCA?* A TRAVÉS DE UNA EFECTIVA *ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN*

PODIUM
Consultores en Comunicación
Mercadotécnica

“Herramientas de comunicación precisas que aporten argumentos sólidos sobre los atributos de la marca.”

En la práctica de comunicación mercadotécnica, apoyamos a nuestros clientes en el desarrollo de estrategias de comunicación integrales que contribuyan a construir confianza en relación con una empresa, marca o producto, así como a fortalecer o crear vínculos más sólidos con los distintos públicos para lograr un mejor posicionamiento, penetración, credibilidad, lealtad o apoyo.

Reconocemos que lo más importante en la comunicación mercadotecnia, es generar un cambio de conducta observable a través de la relación entre éstas y el público meta de nuestros clientes. Asimismo, sabemos que para que exista una relación sólida con la marca, la confianza resulta clave.

Nuestros clientes nos dicen que lo que nos distingue es la manera en que nos enfocamos no solamente en lo que hay que decir y cómo decirlo, sino en lo que tienen que hacer las empresas o sus marcas para conquistar la mente y el corazón de sus públicos objetivo. Las palabras son buenas, pero son el contenido y la acción los factores que impulsan la fidelidad o la adopción a una marca o producto.

Nuestro trabajo consiste en ayudar a nuestros clientes a convertir sus compañías y/o productos en grandes marcas.

SERVICIOS

La metodología que utilizamos nos permite construir o definir el posicionamiento de una empresa, marca o producto, a través de los siguientes servicios:

- Diseño de estrategias de comunicación para construir o fortalecer el posicionamiento, la reputación de una empresa o sus marcas.
- Desarrollo de estrategias de relaciones públicas que permitan fortalecer la confianza y la preferencia activa.
- Programas de mercadotecnia con causa.
- Relación con medios de comunicación y líderes de opinión.
- Prevención y manejo de situaciones especiales o de crisis referidas a productos, servicios o marcas.
- Diseño y desarrollo de conceptos creativos y experiencias de marca.
- Organización de eventos.
- Desarrollo y establecimiento de mapas de actores capaces de ejercer influencia en un entorno mercadotécnico determinado.
- Introducción de nuevas empresas o marcas al mercado mexicano.