

Fashion Branding: nuevos métodos para conectar con el consumidor

Curso

04 de julio al 03 de agosto, 2017

10 sesiones | 30 horas | Martes y jueves de 19 a 22 hrs

Precio \$11,050

Consulta Promociones 2017

Objetivo

Desarrolla la identidad de una marca de moda, desde la idea creativa hasta convertirla en negocio. Analiza el mercado actual de la industria de la moda y su segmentación para evaluar la viabilidad de tu proyecto. Diseña el Naming de tu marca y construye la metodología de fijación de precios, organización de colecciones comerciales y un manual de Retail Marketing.

Imparte

Emiliano González | Director y dueño de la firma de relaciones públicas y fashion marketing

"Brandelier", reconocida por la revista negocios de PROMEXICO como una de las 50 mejores empresas en México. Ha trabajado con clientes como Kenneth Cole, Etro, Bloom, Rapsodia, Pepe Jeans, Frette, CocaCola Light, Trident, Clarins, Kiehl's Liverpool, Palacio de Hierro y Sam's Club. Comunicólogo y máster en fashion marketing por el Instituto Europeo de Diseño de Barcelona.

Temario

- . Los formatos comerciales en la industria de la moda
- . Análisis coyuntural de la industria de la moda global y en México
- . Qué es el Branding y su relevancia en la industria de la moda
- . Conocimiento del consumidor: detección de necesidades
- . Satisfacción de una demanda a través de una oferta y a través de la creación de necesidades
- . El producto de moda y el branding
- . Categorías de producto de moda
- . Servicios de moda
- . Valores de marca
- . La perspectiva del consumidor: antropología, sociología y psicología
- . Merchandising
- . Storytelling: propuesta única de valor
- . Imaginarios de marca: imagen de marca e identidad corporativa
- . Identidad gráfica de la marca e identidad de PDV