



CASA ASIA



Estrategias de Branding para Japón y China 2006

Presentado por **S'GAP** Branding

Colaboran:



Programa para Barcelona:

Casa Asia, Avda. Diagonal 373, 08008 Barcelona

- 18:00** **Bienvenida e Introducción**
Sr. José Luis Bonet, Presidente del Foro de Marcas Renombradas
Sr. Amadeo Jensana, Director del Círculo de Negocios
- 18:20** **Presentación de los oradores y programa**
Introducción a los mercados japonés y chino
Ragnar Brigg, Chairman S'GAP
- 1.- *Desarrollo económico y evolución demográfica*
2.- *Contrastando la realidad de dos grandes mercados*
- 18:30** **Japón: Estrategias de implantación de marcas**
Eduard Vilà, Abogado
- i) La evolución de un mercado sofisticado y singular
ii) Oportunidades o una carrera de obstáculos para productos extranjeros?
iii) El comportamiento de marcas en Japón
- 19:00** **Retos del mercado asiático**
Ragnar Brigg, Chairman S'GAP
Eduard Vilà, Abogado
- i) El marketing y el branding: la perspectiva asiática
ii) Posibilidades en Asia para productos "made in Spain"

19.20 Branding y Cultura (Japón y China)

Kelvin Ng, Director de Acacia Design
Ragnar Brigg
Eduard Vilà, Abogado

1. *Cultura y tradición – bases de la percepción*
2. *Mitos y Leyendas:*
 - (1) *El consumidor japonés*
 - (2) *El consumidor chino*

19.35 La arquitectura general del branding

Ragnar Brigg

1. *Identificación de los atributos diferenciadores de una marca*
2. *Técnicas de posicionamiento*
3. *Construcción y gestión de marca*
4. *El coste real del desarrollo y gestión del branding*

19.55 La creación de marca

Kelvin Ng

- a. *Conocimiento de mercado e investigación*
- b. *ADN de la marca*
 - i) *Visión y misión de marca*
 - ii) *Posicionamiento*
 - iii) *Personalidad de marca*
- c. *Carisma de marca*
 - i) *Nombre y proporciones*
 - ii) *Elementos de diseño*
 - iii) *Nomenclatura y jerarquía de la información*
 - iv) *Conceptos y estructuración*
 - v) *Protección de marca*

20:10 Gestión de marca

Kelvin Ng

- a. “Brand Nurture”
 - i) *Concepto de identidad y su desarrollo*
 - ii) *Cultura del branding y su implantación*
 - iii) *Promesa de marca y entrega*

20:25 FC Barcelona y Japón

Javier Muñoa, Director de Desarrollo Internacional, FC Barcelona

- a. *Visión del FC Barcelona sobre la Industria del fútbol*
- b. *La revolución del FC Barcelona*
- c. *FC Barcelona en Japón*

Conclusiones. Ruegos y preguntas