

Fecha: Lunes 04 de Diciembre de 2006	Medio: Carta de Publicidad	Sección: Noticias
Página: 4	Tipo de Medio: Revista	Formato: Nota

Jornada de Branding

Topbrands Argentina y AmCham (Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina) organizaron la Primera Jornada de Branding, que se llevó a cabo el pasado 29 de noviembre en el Hotel Alvear bajo el lema "Detrás del telón, una marca". Durante la jornada, diferentes profesionales disertaron con el fin de nutrir a la audiencia sobre las tendencias y casos de marcas más importantes en la actualidad. Como apertura, Lucas Mentasti, director de producto y concert de MPG, ofreció una charla sobre construcción de marca. Luego fue el turno de Juan Luis Iramain, VP de comunicaciones para LA de Claxson, quien disertó sobre "Relaciones públicas y Branding: Una alianza estratégica". Por su parte, Alberto Wilensky, director general de Grupo Estratégico de Negocios, hizo referencia al valor intangible de las marcas. Luego del almuerzo tomaron la palabra Pablo Batlle y Hernán Jáuregui, directores generales creativos de DDB Argentina, que expusieron el "Extreme make over" de una marca

basándose en el caso de Clorox. Los creativos hablaron sobre la evolución del mundo, y de los consumidores, y de la necesidad de las marcas de cambiar para adaptarse. Aunque a veces estos procesos pueden ser vertiginosos ya que las empresas deben correrse de los lugares seguros, los resultados tienden a ser mejores cuando se arriesga. "A mí me da un poco de vergüenza cómo se trata a las mujeres en esta categoría (productos de limpieza), porque ellas evolucionan también, viven en este mundo", contó Batlle. "Muchas veces lo que se hace es reflejar el hábito, y estudiándolo vimos que en este caso eso es lo que menos les gusta hacer a las mujeres", dijo Jáuregui. En la siguiente conferencia, Ronald Shakespear, director de Diseño Shakespear, explicó que la misión del diseño no es comunicar sino producir respuestas y afirmó que las marcas no son, sino que están siendo. "La medición de una comunicación compleja" fue el título de la charla de Cecilia Mosto, directora de CIO Argentina, que apuntó a develar las formas de medición. Para finalizar, Jorge Mastroizzi, director de marketing de Quilmes habló sobre cómo trabajan el Branding desde su empresa.

