

## La relevancia de la marca:

el mejor camino para el crecimiento real y la ejemplaridad.



Para alcanzar el éxito en este entorno dinámico, hay que prestar atención a un nuevo, y hasta desconocido, atributo de productos, servicios y marcas: la relevancia.



En los últimos años, la estrategia de marcas se ha centrado en lograr huecos de mercado, obtener diferenciación y mantener el posicionamiento ante el público objetivo.



Lograr relevancia significa mantener la marca siempre fresca, interesante y actualizada.

Mate





Triunfar con el modelo de relevancia de marca significa ser seleccionado por los clientes debido a que los competidores son intrascendentes, más que no preferidos.





Los "esenciales" deben representar
beneficios deseados o asociaciones que el
segmento insiste en disfrutar y que, por
tanto, excluirá a las ofertas que carezcan
de ellos.

JN C CRLS SVLL CMMNT MNCR

Cuando la marca introduce una oferta innovadora, que suministra asociaciones o beneficios significativos que impulsan el mercado, la competencia tratará de emularla o neutralizarla con otras innovaciones.



La continuidad innovadora produce mucho más que la inhibición de la competencia: contribuye a la energía de la categoría o subcategoría y a la de la marca, y a ofrecer un sentido dinámico que precipita la visibilidad.

