



BRANDING ON 4 STEPS

La marca es la *mayor diferenciación* y el *mejor valor agregado* que una empresa, puede ofrecerle a sus clientes.

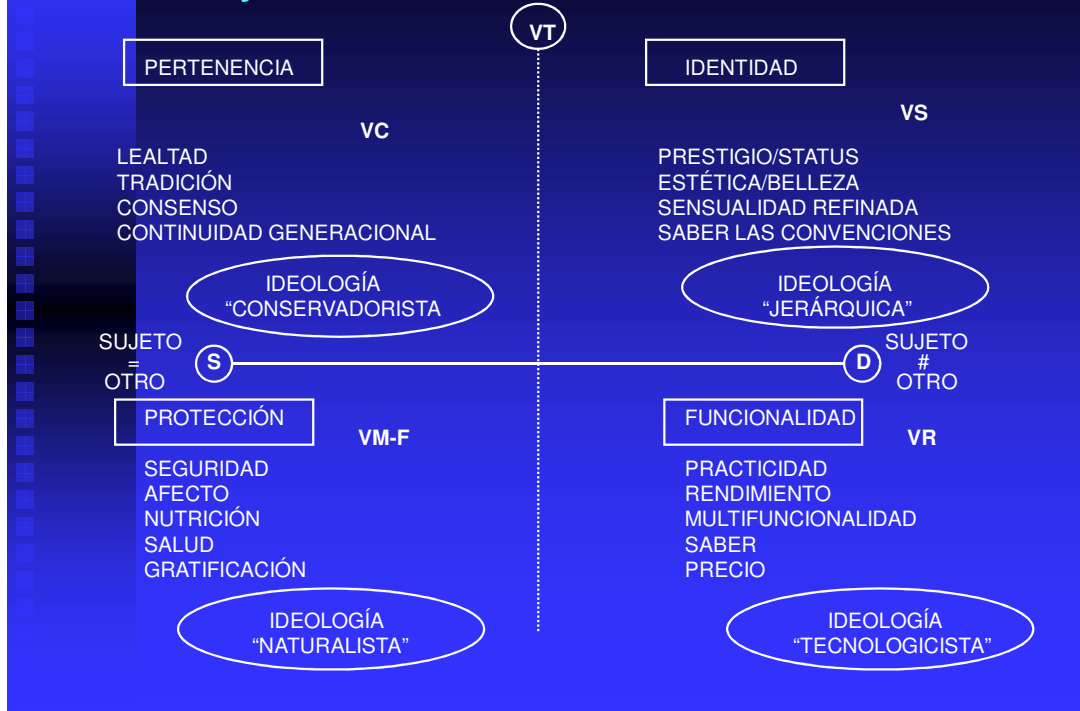
La metodología (también llamada segmentación simbólica), le ayudará a su **marca** a mejorar el posicionamiento, sosteniéndola en el tiempo y aumentándole su rentabilidad. Para marcas que quedaron relegadas, recuperarles su percepción, devolviéndole el protagonismo

La sistematización del método:

1. Determinar el "sujeto óptimo" : la relación de posiciones y roles con sus imágenes propias que proyectamos
2. Definir al "producto óptimo" a través de las Relaciones Vinculares con el "otro"
3. Configurar los "atributos óptimos": las razones ideales que ligan al "sujeto óptimo" con ese "producto óptimo"
4. Descripción del target de mercado



Valores y funciones de cada vínculo



Caso Jugo de Frutas: "Espejo" y atributos del producto

