

Mondragon Unibertsitateak antolatu du branding-aren inguruko II. jardunaldiak

2007/08/05

Mondragon Unibertsitateak eta **AZK Komunikazioak**, **Gipuzkoako Ganberaren** laguntzarekin, **Markaren eta Irudiaren Kudeaketari buruzko II. Jardunaldia** antolatu dute, ekainaren 14rako, osteguna. Jardunaldian hainbat adituk enpresentzat eta erakundeentzat nazioarteko testuinguru batean markak duten garrantzia aztertuko dute. Donostiako Kurasaalean goizeko 09:15ean emango zaio hasiera jardunaldiari, bertan hizlari arituko dira komunikazioaren eta markaren guria, **Wally Olins**, eta KODAKeko Europarako salmenta eta marketing lehendakariordea, **Stéphane Liévain**.

Gaian adituak direnek nabarmentzen dutenez, gaur egun desberdintzea funtsezko alderdia da, produktuak eta zerbitzuak estandarizaten dituen ekoizteko gehiegizko ahalmenenagatik zein eskaintza homogeenoeziagatik. Hori horrela izanik, Mondragon Unibertsitateak eta AZK Komunikazioak erabaki dute abian jartzea, bigarren urtez jardunaldi hau. Jardunaldian gaian adituak direnek txostengileei adieraziko diete marka kontzeptuak bere baitan dakarrena eta baita markak enpresaren bilakaeran eta irudian duen garrantzia. Horretarako kasu praktikoak erabiliko dituzte, eta merkatuaren joerak azalduko dituzte.

“Branding-a: hemen eta orain” jardunaldiaren bigarren edizio honek ekingo dio markaren balioari nazioarteko testuinguruan. Eta adituek adierazten duten bezala, korrelazio sendoa dago emaitza finantzario eta ospe korporatiboaren artean, eta aditzera ematen dute marka dela epe luzerako abantaila lehiakorrek garatzea ahalbidetzen duten aktibo estrategiko bakarrenetakoa. Aktibo horren garrantzia handiagotu egiten da, gero eta globalizatuago dauden inguruetan.

Nazioarteko aditu nabarmenak

Jardunaldia 9:15ean hasiko da, hiru erakunde laguntzaileen aurkezpena egingo delarik.

Bertan izango dira Mondragon Unibertsitateko errektorea, Iosu Zabala, Gipuzkoako Merkataritza Ganberako Ane Ugalde, eta AZK Komunikazioko zuzendaria, Juanjo Brizuela.

Sarrera labur baten ondoren, 9:30ean, Saffron enpresako lehendakariak eta Orange, Repsol, Prudential, Renault, Volkswagen, Vueling, Yoigo edo Bankinter bezalako marken branding-aren arduradunak, eta komunikazioaren eta markaren guru nagusienetako bat den Wally Olinsek hitz egingo du: “Branding-a: zergatik sinetsi behar dugu branding-ean?”, markaren balio lehiakorra, globalizazioa eta branding-a, branding-aren identitatea eta identitate horrek merkatuan duen eraginari buruz arituko da.

KODAK enpresako Europako arduraduna, Stéphane Liévain, da jardunaldiko beste hizlari garrantzitsu bat. Liévainek honako gai hau izango du hizpide: “Marka historikoa gaurkotzea munduan”, eta KODAK zergatik eraberritu den eta nola mantendu eta, aldi berean, gaurkotu markaren identitatea.

Mintzaldia bukatu ondoren mahai-ingurua burutuko da, eta bertan izango dira: Grupo Condesako komunikazio zuzendaria, Amaia Olasolo, Bilbao Metròpoli 30 enpresako zuzendari nagusia, Alfonso Martínez, eta Orbeako gerentea, Miguel Ocaña. Ondo desberdindutako inguruneetan markaren kudeaketaren inguruan eztabaidatuko dute.

Jardunaldiak arratsaldeko 16:00etan jarraituko du. “Tailer kontzeptuala eta praktikoak: Crossmer: belaunaldi berriko kontsumitzailea eta bere



gogoko markak. Ikerketa eta joerak” izenburupean The Cocktail Analysis-eko Víctor Gil soziologoak belaunaldi berriko kontsumitzaile horren ezaugarriei buruz eta bilakaeraren segimendua egiteko ikerketatresnei buruz arituko da.