



## Les 22 lleis de les Marques d'èxit

### Adreçat

Potencials emprenedors, autònoms i PIMES

### Objectiu

- Ser capaços de diferenciar els conceptes d'empresa, producte i marca. (el 93% de la gent confon les tres coses)
- Saber per què és important que la seva empresa, producte o servei tingui una marca pròpia i deixi de ser una marca blanca.
- Saber com es crea el valor a partir d'aspectes intangibles.
- Conèixer estratègies per actuar al propi negoci en clau de Marca.
- Aplicar les 22 lleis de les grans marques de forma concreta al propi negoci.

### Mètode

El programa desenvolupa de forma abreujada les teories d'Al Ries, Laura Ries i Jack Trout per a la creació de marques d'èxit. Aplicarem de forma concreta cadascuna de les 22 lleis als negocis dels assistents amb exemples clars i concrets que puguin aplicar des del primer dia.

### Continguts

- Definir què és una marca, una empresa i un producte.
- Les 4 P clàssiques del màrqueting més una R, una P i una N (Producte + Preu + Promoció + *Placement* + Recerca + Posicionament + Nínxol). Les teories del màrqueting clàssic post industrial avui ja estan obsoletes. Cal afegir aspectes nous per garantir la supervivència de l'empresa.
- Les 22 lleis immutables de les Marques d'Al i Laura Ries. Les estudiarem una a una i les aplicarem al cas concret de l'alumne

### Imparteix

Pau Samo Guerra, especialista i consultor en Marketing i Vendes, ha treballat per a marques tan reconegudes com Purina, Wurth, Bertelsmann i Simon, totes elles número 1 al sector. Especialista Universitari en Direcció General i en lideratge per la UDL i en Marca Personal per la Universitat Ramon Llull. Bloguer a SMtrainers i col·laborador a Soymimarca. Organitzador de TEDx Lleida i col·laborador de TEDx Amposta

