SOPORTE DE LA SESIÓN

Sesión 5: Comunicación Estratégica de Marca

Intensidad: 2 horas

Experto / encargado: Ana María Álvarez Mira
Fecha: 15 de agosto de 2025
Hora: 2 pm a 4 pm
Asistentes: 10 asistentes

- Juan Sebastián Suárez Naranjo
- Jhon Jairo González Peláez
- Juan Camilo Giraldo Bustamante
- Víctor Mauricio Toro Gaviria
- Laura Marcela Gómez Idárraga
- María Paulina Arroyave García
- Niny Jhoana Galeano Gaviria
- Alejandro Arango Quintero
- Angie Tatiana Rodríguez Arias
- Melissa Pérez Jiménez

Objetivo:

Brindar a los emprendedores del sistema moda las herramientas clave para definir el ADN de su marca y traducirlo en una comunicación estratégica coherente, auténtica y relevante para su público objetivo.
Temas tratados:

Introducción y marco conceptual

Definiendo el ADN de marca

Traduciendo el ADN a una estrategia de comunicación

Objetivos Smart

Pilares estratégicos de marca.

(Ejemplos durante toda la charla de una marca colombiana de joyería llamada Daniela Salcedo).

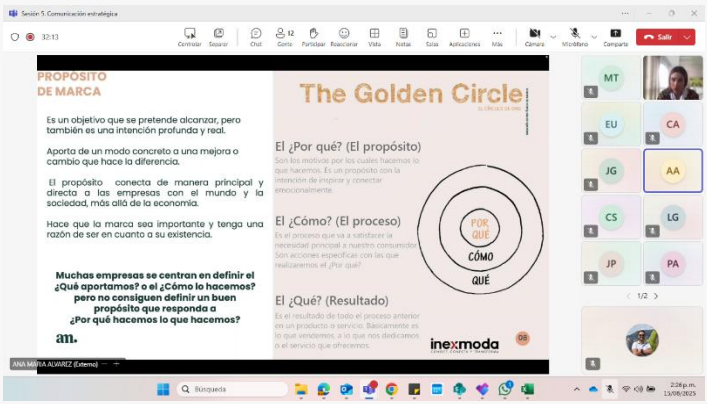
También les compartí videos y ejemplos de marcas internacionales

referentes que tienen muy buena comunicación para que lo adaptaran a sus marcas

Se les dejó un entregable/ taller para que desarrollaran cada uno de los temas que vimos en la charla.

Tareas pendientes: N/A

Pantallazo/Registro Fotográfico





Conclusiones

La sesión permitió a los emprendedores del sistema moda comprender la importancia de definir el ADN de su marca como base para construir una comunicación estratégica coherente y auténtica. A través de un recorrido conceptual y práctico, se abordaron temas clave como la definición del ADN de marca, la formulación de objetivos SMART y la identificación de pilares estratégicos, todo ilustrado con ejemplos reales como el caso de la marca colombiana Daniela Salcedo y referentes internacionales. Esta combinación de teoría y práctica, junto con los recursos audiovisuales compartidos, brindó a los participantes herramientas concretas para aplicar en sus propios proyectos. Finalmente, el taller entregado les permitirá consolidar lo aprendido y avanzar en la construcción de marcas más sólidas y conectadas con su público objetivo.