La Marca

# **RAUL ENRIQUE MONTES SOLIS**

# **7MO CUATRIMESTRE DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

# **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

# **CATEDRATICO: GARDUÑO ORTEGA GERARDO**

# **ADMINISTRACION ESTRATEGICA**

¿Qué es la marca?

La estrategia de marca se basa en las acciones de posicionamiento de una organización en la mente de los consumidores.

Por lo anterior, una marca representa parte de la planeación estrategia ejecutada por la alta dirección y el gobierno corporativo.

La marca, es el nombre comercial con el cual se identifica una empresa y/o producto en el mercado y forma parte de los 4 procesos empresariales básicos: creación, distribución, promoción e intercambio de factores.

Se puede relacionar directamente con las estrategias de posicionamiento, identidad e imagen: esto con la intención de generar en el consumidor un sentido de pertenencia

# Estrategias para posicionar las marcas

PHILLIPS

YAMAHA

**MARCA UNICA:**

**MARCA MULTIPLE:**

CHEVROLET

GENERAL MOTOR

CADILLAC

BUICK

GMC

**SEGUNDA MARCA:**

**ALIANZA DE MARCAS:**

INTEL

MEMBER´S MARK

**MARCAS DEL DISTRIBUIDOR:**

**MARCA** **VERTICAL:**

MC´DONALS

STARBUCKS

GNC