



EXMA

EXECUTIVE DIPLOMA

Human
Branding.

Inicia
23
Julio
'2022

La carrera al espacio está en
dejar volar tu cabeza pero
mantener los pies en la tierra,
conoce nuestro diplomado y
entiende por que nunca más verás
el branding de la misma forma.



Bienvenido a EXMA Human branding.

Un diplomado que te invita a pararte desde el espacio para mirar holísticamente a tu consumidor y entender que cada una de tus acciones marcarán la relación de estos con tu marca. La única forma de anticiparse al futuro, es viajando a él, acompañanos en este viaje.

Bienvenido al único diplomado en el mundo dirigido a directores de empresa, directores de marketing, gerentes de marca, emprendedores, y en general cualquier persona interesada en aprender o actualizar sus conocimientos en branding. No son conferencias, no son charlas, ni siquiera te podemos decir que es como tener una consultoría con cada uno, no, es aprender de ellos para que tú puedas comprender y construir el nuevo branding.

Con herramientas, con casos de estudio, con técnicas, todo sutilmente diseñado para personas como tú, que ya tienen su empresa, que la marca ya está posicionada, pero que sabe que el futuro necesita algo nuevo porque la competencia cada vez es más grande y captar la atención de los consumidores cada vez es más retador.

EXMA

¿POR QUÉ EXMA?

EXMA WAY OF LIFE

- 1 Dedicamos mucho tiempo en la curación de los eventos.
- 2 Creemos en las experiencias como punto de partida.
- 3 Creemos que un gran evento debe ser acerca de educación e inspiración.
- 4 Nunca aceptamos un no como respuesta.
- 5 No tenemos participantes, tenemos EXMA lovers.

@exmabeon

SWIPE ↑

Contando con la participación de reconocidos influenciadores mundiales:

Barack Obama, Marc Randolph, Philip Kotler, Michelle Obama, Richard Branson y Seth Godin.



EXMA

EXMA

E N C I F R A S

8

eventos en línea.

2

diplomados

620 mil
personas alcanzadas.

24,5
millones
de impresiones.

+100
de impresiones.

+100
clases virtuales.

+50
países conectados.

SWIPE ↑

¿QUIÉN ES NUESTRA AUDIENCIA?

24%

Directores y gerentes
de *marketing*.

13%

Directores y gerentes
de áreas en compañías
top 100 LATAM.

3%

Otros

29%

Directores generales
de las empresas más
grandes de LATAM.

19%

Propietarios &
CEO's de PYMES.

12%

Emprendedores
de alto impacto.

Branding de la mano de los mejores del mundo.

M e e t t h e p r o ' s

Docentes



Módulo uno / Branding 101



Andy Stalman
Co Founder & CEO
TOTEM Branding
Tema/ Introducción al Human branding



Alex Aldas
Director General CEO en aldasbrand
Tema/ Proceso y metodologías para hacer branding.

Módulo dos / Explore



Rodolfo Echeverria
EX Global Head of Creative The Coca-Cola Company
Tema/ Comprehensive Data Strategy



Ken Hughes
Shopper behaviouralist and CX strategist
Tema/ Consumer Trends



Elsa María González
Fundadora y CEO de Cluster Research
Tema/ Human Centric model



Alejandro Betancourt
Vice President, Brand - PG Ventures (New Business Unit) Procter & Gamble
Tema/ Curiosidad e innovación



Fernando Gendrop
CEO Entrée3
Tema/ Análisis de la competencia / categoría sector.



Francisco Carvajal
CEO Clúster Pacífico Kantar IBOPE Media
Tema/ Insights

Módulo tres / Empathize



Gustavo Koniszcer
Managing Director FutureBrand Hispanic America
Tema/ Branding y futuro



Paola Aldaz
Co CEO President & CIO DDB Colombia
Tema/ Marcas Exponentiales



Juan Sergio Valcárcel
Intelligence Hub Director Latin America Kimberly-Clark
Tema/ Propósito de marca



Lucas López
Gerente corporativo de negocios para Grupo Familia
Tema/ Tipos de estructura marcas.



Alex Aldas
Director General CEO en aldasbrand
Tema/ Proceso y metodologías para hacer branding.

Módulo cuatro / Excite



Dain Walker
Founder & Principal of rivyl
Tema/



Guillermo Hermosillo
Director, Global Innovation & Portfolio (Popes International Expansion)
Tema/ Brand Key



Juan Carlos Mallet
Ex Marketing Director for the Middle East Region United Arab Emirates at The Coca-Cola Company
Tema/ Construcción de marca



Dieter Avella
SaaS Sales Vice President Zebra Technologies
Tema/ Lenguaje de marca.



Hensey Vega
CEO Lebrand Studio
Tema/ Naming y Arquetipos



Chris Do
Founder and CEO The Futur
Tema/ Personal Branding



Connie Ansaldi
CEO carnaval art
Tema/ Marca Personal aplicada

Módulo cinco / Engagement



Javier Meza
Marketing SVP LATAM at The Coca-Cola Company
Tema/ Estrategia de branding



Rodolfo Echeverria
EX Global Head of Creative The Coca-Cola Company
Tema/ Comprehensive Data Strategy



Ricardo Leyva
CEO & founder Of latir investor in Shark tank col
Tema/ Brand Delivery



Paola Aldaz
Co CEO President & CIO DDB Colombia
Tema/ Marcas Exponentiales



Fernando Anzures
Fundador y CEO EXMA Group
Tema/ Customer Experience – Brand Interaction



Alvaro Potes
Fundador ON Brand Experience BTL Agency
Tema/ Brand Experiences



Zeke Novarino
Zeke, Organic Growth on Social Media
Tema/ Estrategia de engagement y contenidos



Angela Mejia
Global Marketing Director Amora - Maille at Unilever
Tema/ Digital Branding



Guadalupe Cano
Visual Latina Shopper Marketing Agency
Tema/ Digital Brands

Módulo seis / Equity



Adriana Arismendi
Vicepresidente de Mercadeo y Ventas Digitales en Grupo Bancolombia
Tema/ Estrategia de branding



Elsa María González
Fundadora y CEO de Cluster Research
Tema/ Human Centric model



Andrea Lievano
Fundador de PRPARATODOS
Tema/ Partnership / Patrocinios / Reputación





M E T O D O L O G I A	
20 PROFESORES	<p>Tamaño por porción: Sesiones de 4 horas martes, jueves y sábado.</p> <p>Duración Total: 2 meses y medio de clases para un total de 120 horas de <i>branding</i>.</p> <p>100% online.</p>
Andy Stalman, Alex Altas,	<h3>Módulo 1 (Basics)</h3> <ul style="list-style-type: none"> Introducción al <i>Human Branding</i>. Propuesta única de valor. Proceso y metodologías para hacer <i>branding</i>. Estructura de arquitectura y visión de marca (BVA).
Alejandra Betancourt Francisco Carvajal Elsa María González Fernando Gendrop Rodolfo Echeverría Gustavo Konitzer	<h3>Módulo 2 (Explore)</h3> <ul style="list-style-type: none"> Investigación y descubrimiento. <i>Brand Health Tracking</i>. Ánálisis de la competencia, categoría, sector. <i>Comprehensive Data Strategy</i>. <i>Branding</i> y futuro.
Paola Aldaz Juan Sergio Valcarcel Lucas López Alex Altas Guillermo Hermosillo	<h3>Módulo 3 (Empathize)</h3> <ul style="list-style-type: none"> <i>Brand Architecture</i> y visión de marca. Propósito de marca Arquetipos de marca. <i>Brand territory</i>. <i>Brand key</i>.
Dain Walker Juan Carlos Mallet Hensley Vega Diefer Avella Connie Ansaldi	<h3>Módulo 4 (Excite)</h3> <ul style="list-style-type: none"> Identidad de marca. Tipos de estructuras marcas. Manual de imagen corporativa. <i>Naming</i>. Lenguaje de marca.
Rodolfo Echeverría, Chris Do Javier Maza, Ricardo Leyva, Paola Aldaz Fernando Azuarez, Alvaro Potes Zéka Novartino, Omar Carrion Guadalupe Caño, Ken Hughes	<h3>Módulo 5 (Engagement)</h3> <ul style="list-style-type: none"> Estrategia de branding. Estrategia de la comunicación de la marca. Estrategia de engagement y contenidos. Modelo de atribución. <i>Customer experience / Brand Interaction</i>. <i>Digital branding</i>. <i>Personalization at scale</i>.
Adriana Arismendi Elsa María González Andrea Lievano Andrea Lievano	<h3>Módulo 6 (Equity)</h3> <ul style="list-style-type: none"> Cultura de marca. Metodologías para medir la marca / <i>Brand Audit</i>. Ejecución de marcas por <i>touchpoints</i>. <i>Partnerships / Alianzas y patrocinios</i>. Gestión de la reputación.

