

¿Quién es Marc Gobé?

Marc Gobé es Presidente, Director General y el Jefe creativo de la firma Desgrippes Gobé Group de Nueva York, una de las diez firmas más importantes del mundo dedicadas al branding y a la creación de marcas e imagen para empresas.

Es el autor del libro: *Branding Emocional: El nuevo paradigma para conectar emocionalmente las marcas con las personas.*

(Divine Egg Publicaciones, Barcelona 2005, ISBN 84-933931-5-0.)
www.librosdivineegg.com

Branding emocional es un best seller del marketing y de los negocios. En Estados Unidos se encuentra en su tercera reimpresión. Marc Gobé es el responsable de la nueva identidad de marca y de packaging para todo el mundo de *The Coca Cola Company*.

El grupo tiene oficinas en Nueva York, París, Bruselas, Tokio, Seúl y Shanghai. Ofrece un acercamiento "integral" a la construcción de las marcas y a su respectiva mercadotecnia (branding) usando como herramienta algunas disciplinas como el diseño gráfico, el diseño de producto y la arquitectura, que permiten a la firma satisfacer las necesidades locales y globales de sus clientes. El éxito de Desgrippes Gobé resulta de la combinación novedosa de la investigación realizada entre los consumidores y el desarrollo de herramientas tales como BrandSense® y BrandFocus®, que permiten a los clientes comprender los comportamientos del consumidor y sus hábitos de compra.

Marc Gobé es un diseñador gráfico formado en la École Professionnelle de Design Industriel de París. Además de su experiencia mundial en el desarrollo de empaques (packaging), diseño estructural y arquitectura, ha logrado atraer hacia su despacho empresas de ramos tan diferentes como la cosmética, productos de alto consumo y la industria textil y de moda. Gobé ha creado el concepto de "Branding de Presencia Total" logrando atraer por medio de estrategias de diseño la atención del consumidor creando varios puntos de contacto emocional entre las marcas y las personas.

Entre sus clientes se encuentran AirFrance, Estée Lauder, AOL, Ann Taylor, Victoria's Secret, Versace, Gillet, The Limited Inc., Brooks Brothers, Reebok, Gatorade, Sears, Starbucks e IBM entre otras.

Gobé ha recibido numerosos premios y galardones por sus diseños y creaciones por parte de instituciones y publicaciones como la revistas ID, Interiors, Graphis, VM+SD, The Brand Design Association, The Art Directors Club y Clio.

Fue seleccionado como finalista en el concurso Empresario del Año, (USA, 1998). Se han publicado reseñas sobre Marc en los siguientes medios: Chief Executive Officer, Leaders, Woman's Wear Daily, DNR, Harper's Bazaar, The Economist y Mirabella entre otros. Gobé forma parte del comité directivo de la Asociación para la Gestión de las marcas, es miembro del AIGA (American Institute for Graphic Arts), del Art Directors Club, de la American Association of Advertising Agencies y de la Fragrance Foundation. Ha sido docente de la Escuela Superior de Diseño de París.

Regularmente imparte cursos y conferencias en todo el mundo sobre marketing, diseño y branding emocional. Algunos de sus clientes han sido: Columbia Business School, The AIGA Brandesign conference, AOL, General Mills, 3M, DNR Menswear CEO Summit, Metropolis Wonderbrands Conference y el Strategic Research Institute.

Para contactar con Marc Gobé en España, dirijase a Enrique ARELLANO (680 85 40 89, e-mail: e.arellanofarias@telefonica.net).

Programas para instituciones y empresas:

1) **Presentación: Las claves del Branding Emocional (Emotional Branding Keynotes):**

Se trata de un encuentro de una hora y media, con una presentación interactiva de Marc Gobé sobre los principios del branding emocional y de cómo éste puede impactar en su negocio. Esta presentación fascinante ofrece ejemplos vívidos de las mejores prácticas y de la experiencia personal de Marc con firmas líderes mundiales, y presenta ideas innovadoras sobre cómo pueden sus marcas desarrollar poderosas personalidades emocionales. La presentación se puede adaptar a sus necesidades específicas para atender las necesidades de su empresa y aportarle material fresco sobre las presentaciones de Marc alrededor del mundo.

2) **Seminario : Identidad Emocional**

Éste es un seminario de un día o medio día para generar una sesión de lluvia de ideas con el equipo de directivos o los equipos de marcas que utilizan nuestro método de identidad emocional. Este método consiste en una herramienta interactiva que ayuda a las compañías a poder articular sus propias marcas o la esencia de la corporación por medio de entradas visuales. El proceso de identidad emocional ayuda a los *managers* a realizar un análisis del contenido sensorial y emocional de sus marcas para poder unificar la interpretación colectiva del equipo de directivos acerca de sus capacidades y cualidades para generar una nueva visión del desarrollo de una marca. El resultado de este ejercicio es obtener un posicionamiento enfocado que puede servir como plataforma principal para el lanzamiento de una marca que exprese y comunique un contenido emocional efectivo que sea enteramente diferente al de la competencia.

3) **Sense®:**

Es una auditoria sensorial conducida sobre una base emocional del mercado y sobre el panorama de la competencia. Nos basamos en nuestro acercamiento patentado "Cabeza-corazón-vísceras" y estudiamos y evaluamos los códigos y estímulos emocionales asociados a una marca y su competencia. Determina como los consumidores experimentan su marca desde el punto de vista sensorial. Los resultados se integran en un debate sobre las tendencias culturales y las oportunidades. El proceso SENSE desentierra los valores centrales de su marca y le muestra su camino hacia la evolución con mayores posibilidades de éxito y fuerza para el futuro.

Marc también adapta estos seminarios para satisfacer sus necesidades particulares.