

# GESTIÓN DE MARCA

## GESTIÓN DE MARCA

**SUBURBIA** es la cadena de tiendas departamentales, especializada en ropa, para todo tipo de familias, para quienes buscan mejores posibilidades de compra y también para quienes saben comprar, preferida por sus soluciones accesibles como prendas básicas, marcas exclusivas y su oferta complementaria de mercancías generales.

### **MISIÓN:**

Servir al cliente en todo lugar, todos los días, toda la vida.

### **VISIÓN:**

Ser la opción más atractiva en Servicio, Surtido y Valor.

### **PROPÓSITO:**

Darle a los mexicanos mejores opciones de compra en cada momento

## OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

# 1

Posicionar a Suburbia como la tienda departamental para todo tipo de familias que ofrece las mejores posibilidades de **comprar ropa, artículos y servicios en un solo lugar**, los 365 días del año.

**CONOCIMIENTO**

# 2

Invitar a nuestros clientes a sorprenderse con una imagen renovada y un mensaje alegre, familiar, cercano y optimista para que en cada visita encuentre:

**“Siempre algo por descubrir”**

**CONSISTENCIA**

# 3

Maximizar la rentabilidad de Suburbia ofreciendo **una mejor propuesta de valor y una mejor su experiencia de compra** para nuestros clientes.

**+ VALOR**

# EVALUACIÓN DE LA MARCA

**Para evaluar nuestros esfuerzos de marca, tomamos en cuenta, diferentes métricas:**

- Conocimiento y recordación de marca.
- Salud de marca Suburbia y nuestras marcas exclusivas.
- Recordación Publicitaria
- Alcance al público objetivo

**Respecto a la evaluación de nuestra actividad publicitaria, consideramos:**

- Evaluación Creativa
- Claridad en el mensaje
- Llamado a la acción

**GRACIAS**