

Marcas con fianza

Enrique Arribas

Lo que tus clientes te piden a cambio para concederte su confianza

Vivimos un momento de cambio histórico, una era de transición que genera incertidumbre a escala global. Todavía no sabemos cuál será el impacto a largo plazo de la reciente crisis financiera, ni de unos avances tecnológicos capaces de transformar al ser humano, o del cambio en los equilibrios políticos del mundo. Pero sí sabemos algo: la marca que quiera sobrevivir a esta dinámica que nos desconcierta a todos debe ser capaz, hoy más que nunca, de generar confianza entre sus públicos.

La construcción de la confianza es un proceso complejo, frágil, influido por multitud de matices y que, en realidad, no acaba nunca. Sin embargo, cualquier marca que quiera subsistir debe situarlo en el centro de su estrategia. Esto supone una escucha activa de lo que expresan sus clientes y todos sus públicos, pero también una actitud proactiva enfocada a despejar incertidumbres y miedos y haga sentir a todos ellos que existe un interés genuino en dar prioridad a sus intereses.

Fecha de publicación:
03/10/2019

Sello Editorial:
Gestión 2000

Contacto de prensa

Nombre: María José Bertrán

Email: mjbertran@planeta.es



Enrique Arribas

Enrique Arribas es Group Executive Vicepresident y director de Marca y Marketing Corporativo del Banco Santander. En sus más de treinta años de experiencia en comunicación y marketing, ha trabajado en tres de las mayores empresas españolas e internacionales: Caja Madrid, Telefónica y Santander. Desde julio de 2019 es Presidente de la Asociación de Marketing de España. Es además miembro del Consejo de la Asociación Española de Anunciantes.

La revista CTRL reconoció su trabajo como «Mejor director de marketing» de España en 2017. *Sports Business Internacional* le incluyó en la lista de los diez españoles más influyentes en el ámbito del patrocinio y *The Internationalist* entre los cincuenta mejores profesionales del marketing de Latinoamérica en 2011.

Es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense.