



# ADEGI

## Christopher Smith

Christopher R. Smith (Kent, Reino Unido, 1969) es especialista en branding y gestión estratégica de marcas. Dedicado a la consultoría, implantación y divulgación del branding estratégico desde múltiples ópticas al haber trabajado en los últimos años como diseñador gráfico, director de proyectos, director de arte y director creativo, además de consultor de dirección, en Sendín y Asociados (estudio de branding y diseño estratégico) y Adverbo (Consultora de Comunicación y Marketing).

Es Licenciado en Ciencias de la Imagen por la Universidad Complutense de Madrid, Diplomado en Gestión de Diseño por la EOI y ha cursado estudios de Diseño y Publicidad en el Instituto Europeo di Design. Es miembro de la Asociación Diseñadores de Madrid (DiMad) y del AJE.

brandSmith es la consultora de branding estratégico que crea en 2008 y que tiene el objetivo de contribuir a la mejora de la gestión estratégica de marcas y el diseño a través de la investigación, la reflexión y la difusión del conocimiento, siendo la formación, la gestión de diseño y la consultoría sus principales actividades. La máxima en brandSmith es que mientras en la investigación y la consultoría plantear preguntas resulta sencillo, formular las preguntas correctas es un poco más complicado. Mucho más complicado que encontrar soluciones, desde luego.

brandSmith es ante todo una empresa del conocimiento, donde se dedica gran parte del tiempo al estudio y a la investigación del fenómeno de las marcas. Todo el proyecto gira entorno al modelo de identidad diferencial, un modelo que trata de explicar los componentes de las marcas y su relación con la identidad y la imagen. El modelo desemboca en 2 áreas de negocio fundamentales, formación y consultoría, donde desde una óptica estratégica y con visión a largo plazo se asiste al cliente en la definición de los valores unívocos de su marca y en su implantación interna y externa, maximizando el papel de la marca como activo empresarial y orientador estratégico.

Ha sido ponente en sesiones formativas en empresas multinacionales como Eroski, Orbea, Roche y Disney, y en los "Manager Forum" y "Es Tiempo de Marketing", entre las que destacan: "La marca vende", "Branding emocional. Más allá de los manuales: estrategias, valores y visiones de la Imagen Corporativa moderna", "Mas allá del logo. El valor de la imagen corporativa como herramienta de gestión estratégica" y "Las marcas y los consumidores: cuando se quieren y cuando no?"

Alguno de los clientes con los que ha trabajado son: Orbea, el Gobierno de España (en colaboración con el Premio Nacional de Diseño Pepe Cruz Novillo), la Junta de Extremadura, PricewaterhouseCoopers, MindValue, Grupo Santander, LKS, Accor Services, Grupo Mahou-San Miguel, Makeateam y Grupo Katry, por citar a algunos de los más significativos.

## Experiencia docente

Actualmente es profesor de branding y gestión estratégica de marcas en la Escuela de Negocios EAE (MBA, EMBA, EMBA Internacional, Master de Identidad Corporativa y Master en Dirección de Marketing) y en la Escuela de Humanidades y Negocios Hune (Master de Comunicación Integral y Master en Inteligencia Creativa), en colaboración con las Universidades de Alcalá de Henares y Politécnica de Madrid.

En sus clases, y desde una óptica conceptual poco habitual para escuelas de negocios, los alumnos profundizan en la comprensión de la marca y los conceptos de identidad e imagen a través del modelo de Identidad diferencial.

Ha colaborado con la Escuela de Organización Industrial (EOI) en el desarrollo de programas de formación on-line, con la Escuela Superior de Publicidad donde ha impartido conferencias y durante dos años fue profesor de Creatividad Publicitaria en la Universidad Complutense de Madrid (UCM).