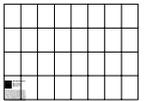


<p>El Norte de Castilla</p> <p>Castilla León General</p> <p>Diaria</p>	<p>Tirada: 58.892</p> <p>Difusión: 50.270</p> <p> (O.J.D)</p> <p>Audiencia: 242.000</p> <p> (E.G.M)</p> <p> 22/05/2005</p>	<p>Sección: Contraportada</p> <p>Espacio (Cm_2): 66</p> <p>Ocupación (%): 7%</p> <p>Valor (Ptas.): 34.171</p> <p>Valor (Euros): 205,37</p> <p>Página: 120</p>	
	<p>Imagen: Si</p>		



Más allá de las marcas

Título: 'Lovemarks'.

Autor: Kevin Roberts.

Edita: Empresa Activa.

Precio: 26 euros.

Kevin Roberts, presidente mundial de la compañía de ideas Saatchi & Saatchi, cree apasionadamente que el amor es un elemento clave para el éxito de las empresas. En 'Lovemarks', una innovadora aproximación a la filosofía empresarial, Roberts analiza la evolución que va desde los productos a las 'trademarks' y de éstas a las marcas, y la necesidad de dar el siguiente paso hacia las 'Lovemark's. El dictamen del autor es muy sencillo: las marcas se han desinflado. ¿La solución? Crear productos y experiencias que sean capaces de construir vínculos emocionales de larga duración con sus consumidores. Este libro refleja la visión de un dinámico líder empresarial que cree en las relaciones emocionales.