

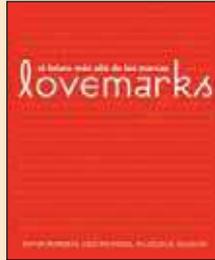
Lovemarks: el futuro más allá de las marcas

Autor: **Kevin Roberts**

Editorial: **Empresa Activa**

Precio: **26,25 euros**

Páginas: **224**



"Para que las grandes marcas puedan sobrevivir, necesitan crear Lealtad Más Allá De La Razón. Ésa es la única forma en la que podrán diferenciarse de las millones de insulsas marcas sin futuro. El secreto está en el uso del Misterio, la Sensualidad y la Intimidad. Del compromiso con estos tres poderosos conceptos surgen las Lovemarks, que son el futuro más allá de las marcas".

Kevin Roberts cree apasionadamente que el Amor es un elemento clave para el éxito de las empresas. En Lovemarks, una innovadora aproximación a la filosofía empresarial, Kevin 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 Lovemarks.

El análisis crítico y acerado de Kevin Roberts sobre las marcas engancha desde la primera línea. Su dictamen 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.

La idea de que las Lovemarks pertenecen a sus consumidores, y no a las empresas, es clave. Este libro demuestra que no son sólo los gurús de los negocios, sino esas personas tan especiales que Kevin Roberts llama "Consumidores Inspiradores", los que pueden moldear el futuro de la economía.