

“VALOR ABSOLUTO”

Itamar Simonson y Emanuel Rosen



“Valor absoluto describe brillantemente un mundo que amenaza con modificar todas nuestras ideas previas sobre branding y marketing. Las empresas que sólo busque persuadir serán reemplazadas por aquellas que verdaderamente busquen satisfacer las verdaderas necesidades de los clientes” - Tim Brown, CEO de IDEO

“Otros escritores hubieran titulado este libro ‘El fin del marketing’, pero Simonson y Rosen no son arrogantes, Se limitan a analizar los hechos y a explicar por qué la transparencia de internet modifica las bases en las que se sustenta el marketing: posicionamiento, segmentación e incluso las marcas. Todo especialista en marketing tendrá que leer este libro (aunque más no sea para no quedarse fuera cuando los demás hablen de él)”. - Chip Heath, profesor de Comportamiento Organizacional de la Universidad de Stanford

“El marketing está cambiando más rápido que nunca. En ‘Valor absoluto’ los autores proveen una mirada comprehensiva al nuevo mundo de los consumidores. Una hoja de ruta para saber hacia dónde va el marketing y las mejores iniciativas practicadas en el sector” - Kevin Lane Keller, director ejecutivo del Marketing Science Institute

“Preste atención a este libro ya que ofrece importantes consejos acerca del cambio en los consumidores y muestra cuáles son las nuevas reglas para el éxito en los mercados del futuro” - VaRave Dhar, director del Center for Customer Insights de Yale

Editorial: Empresa Activa

Precio: 18 euros