

LAS MARCAS SEGÚN AAKER

David Aaker y Roberto Álvarez del Blanco

Empresa activa

Barcelona, 2014

318 páginas

Precio: **18 €**; e-book, **5,99 €**

Los 20 principios esenciales del *branding* que permiten la creación de marcas fuertes a cargo de uno de los gurús de este campo, David Aaker. Un gurú que recuerda que las marcas tienen fortaleza, son poderosas. Que constituyen el núcleo de las relaciones con el cliente y son una fuerza con impacto financiero. Los principios que reúne en este libro pretenden facilitar un total entendimiento de la marca y de cómo gestionarla. Para empezar, es necesario reconocer que las marcas son activos que dirigen la estrategia y que cada marca necesita contar con una visión, una descripción articulada de su imagen aspiracional. Las amenazas a la marca, sus posibles extensiones y el papel de lo digital al construirla son puntos clave del libro.

