

Las marcas según Aaker

Autores: David Aaker y Roberto Álvarez del Blanco

Editorial: Empresa Activa

Este libro presenta en forma sintetizada los veinte principios esenciales del “branding” que permitirán la creación de marcas fuertes. Extraídos de toda una vida profesional de uno de los principales maestros del marketing, tiene todo lo que un estratega de las marcas y del marketing debe saber.

Se trata de una guía siempre actual que permite mantener marcas fuertes y aprovechar sinergias con otras marcas propias o ajenas. Si son seguidos, estos principios brindarán al negocio una estrategia robusta y sostenible. Existe actualmente un exceso de información sobre temas de marketing y marcas. Hay muchas ideas dando vueltas, muchas de las cuales son erróneas o han quedado desactualizadas.

