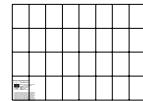
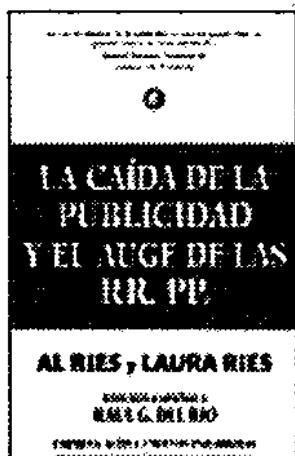


EL CORREO	Tirada: 152.104	Sección: -	
País Vasco	Difusión: 132.435 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 78 Ocupación (%): 8%	
General	Audiencia: 463.523 (E.G.M)	Valor (Ptas.): 86.610 Valor (Euros): 520,54	
Diaria	13/04/2003	Página: 148	
		Imagen: Si	



Una nueva era

Título: La caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas

Autores: Al y Laura Ries

Edita: Empresa Activa

Precio: 15 euros

Teléfono: 916 330 727

Hoy, las grandes marcas se construyen con estrategias de comunicación y relaciones públicas. Una atenta mirada a la historia de la mayoría de las grandes marcas modernas, muestra que esto es cierto. De hecho, una asombrosa cantidad de marcas -entre ellas, Zara, The Body Shop, Palm, Starbucks y Wall Mart- han sido creadas prácticamente sin publicidad. Eso sí, han utilizado la publicidad una vez posicionada la marca para reafirmarla en la mente de los consumidores. A través del análisis de casos concretos en los que las relaciones públicas han conseguido enormes éxitos, los autores aportan ideas novedosas e imprescindibles para avanzar dentro del mundo del marketing y la comunicación.