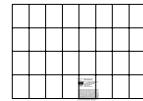


Diario de Navarra	Tirada: 90.515	Sección: -	
Difusión: 79.456	Espacio (Cm_2): 74	Ocupación (%): 7%	
(O.J.D)	Valor (Ptas.): 45.580	Valor (Euros): 273,94	
Audiencia: 278.096	Página: 131	Imagen: Si	
Navarra	General	13/04/2003	
Diaria			



Una nueva era

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

Autores: Al Ries y Laura Ries

Edita: Empresa Activa

Precio: 15 euros

Teléfono: 91 633 07 27

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.