

IL GLOSSARIO DEL BRAND

Prezzo: **Prezzo di listino**
18,00 € **Prezzo a te riservato**
17,10 €



Codice	9788823831674
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	13 nov 2007
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Swystun Jeff
Editore	Egea

Descrizione

I brand danno un nome, un volto e una personalità ad aziende, prodotti e servizi. Ma non sono soltanto di logotipo, un payoff o una campagna pubblicitaria. Sono il risultato di un'esperienza. Oggi i più grandi brand nascono infatti da aziende che ne fanno il principio centrale della propria organizzazione. E questo rende il branding una disciplina assai più complessa rispetto al passato. Una parte significativa di questa complessità è radicata nel linguaggio stesso del branding, che è variegato, talora frainteso, spesso abusato. Con questo glossario, Interbrand, leader nella brand consultancy, si è posta l'obiettivo di dimistificare, educare, informare e intrattenere. Traendo spunto dall'ormai diffuso riconoscimento del brand come asset ad alto valore economico, Interbrand ha realizzato un "compagno di strada" per i professionisti del branding e del marketing, gli uomini d'azienda, gli accademici e gli studenti. Più che un semplice glossario, questo libro vuole essere un aiuto per tutti coloro che creano e gestiscono brand. L'elenco esaustivo dei termini copre ogni argomento con il grado di dettaglio più appropriato. Illustrazioni, dati e citazioni rendono vivo il contenuto e ne agevolano la comprensione, senza togliere spazio alle annotazioni del lettore. Fin dalle prime fasi della sua preparazione, questo glossario è stato sviluppato per essere molto più che un libro di consultazione abbandonato alla polvere degli scaffali più inaccessibili. Al contrario, esso ha l'obiettivo di aiutare a farsi largo facilmente e quotidianamente tra termini, concetti e definizioni. I professionisti che hanno contribuito a questo volume si augurano quindi che i lettori lo rendano presto "vissuto", segnandone alcune pagine, sfogliandolo alla ricerca di un'ispirazione, trovandovi risposte, annotandovi nuove domande, e scrivendovi idee per il prossimo, grande brand. I brand giocano un ruolo importante nella nostra vita. Sono la quintessenza di un'economia di mercato e rappresentano la libertà di scelta. I brand possono cambiare il nostro modo di vedere le cose. Riflettono i principi della società in cui viviamo e le culture che le compongono. I più grandi brand possono arrivare e rappresentare l'orgoglio di interi paesi o lo spirito di un'epoca, abbracciando più generazioni. Ma, soprattutto, i brand di maggiore successo hanno un significato che va oltre le caratteristiche di un prodotto o l'attività di un'azienda. Esprimono una visione che conquista l'entusiasmo, la fiducia e la fedeltà delle persone, generando nel tempo un ritorno economico. E, in un'era in cui tutto può essere rapidamente imitato, il brand rimane sempre più spesso l'unica risorsa competitiva non replicabile. Dal 1974 Interbrand si occupa di individuare, costruire ed esprimere idee in grado di estendere gli orizzonti del concetto di brand. I nostri professionisti collaborano con i nostri clienti in tutto il mondo, con oltre 30 uffici in più di 20 Paesi, combinando un rigoroso approccio analitico e strategico con una creatività e un design di respiro internazionale. Aperto nel 1987 a Milano, l'ufficio italiano vanta numerosi progetti di successo, frutto di una combinazione unica tra un'esperienza a livello globale e una profonda conoscenza del mercato italiano.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546 oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

