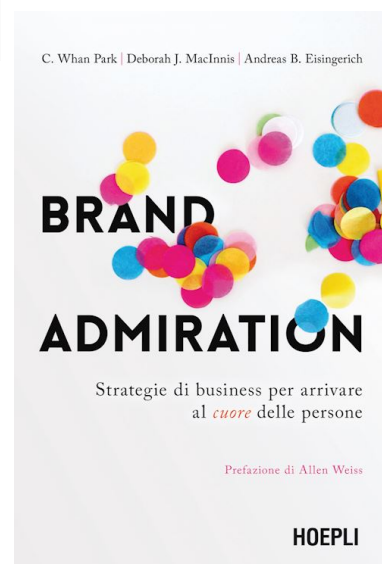


BRAND ADMIRATION

Prezzo: **Prezzo di listino** 24,90 € **Prezzo a te riservato**
23,66 €



Codice	9788836006052
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	6 apr 2022
Reparto	Economia, LIBRI
Argomento	Economia generale
Autore	AA.VV.
Editore	Hoepli

Descrizione

Nel mondo della comunicazione e del marketing, i libri sul branding non mancano.

Brand Admiration, però, è diverso – e rivoluzionario – sotto tanti punti di vista. Sviluppa una prospettiva nuova, coerente e completa – che chiameremo “sistema di gestione della brand admiration” – sugli obiettivi fondamentali del brand management e su come raggiungerli.

Che cos'hanno in comune i grandi brand noti in tutto il mondo, come Nike, Apple, Disney, Google, Ferrero, Gucci, Barilla? Certamente sono famosi per l'eccellenza dei loro prodotti, ma c'è di più: sono soprattutto brand ammirati.

La brand admiration è l'obiettivo a cui tendere per garantire la buona salute di una azienda. A differenza di altri manuali, che forniscono per lo più degli elenchi di cose da fare, questo libro svela un sistema onnicomprensivo costituito da elementi connessi e integrati fra loro; ed è proprio la sua coerenza teorica a rendere la nostra “to-do list” così rilevante.

Costruire, rafforzare e mettere a frutto la brand admiration è, secondo gli autori, l'obiettivo primario ed essenziale di ogni attività di branding. A partire da decenni di ricerche in ambito di marketing e psicologia, viene posto l'accento sui tre vantaggi principali che i brand maggiormente ammirati sono in grado di offrire ai propri clienti: vantaggi di attivazione, di attrazione e di arricchimento.

Avete fra le mani una guida completa per accrescere il valore del vostro brand sul mercato, con un approfondimento sulle iniziative da intraprendere o da evitare per costruirlo, rafforzarlo e trarre frutti dal suo successo.

Brand Admiration è il libro che vi porterà a ottenere l'ammirazione dei clienti e, di conseguenza, a costruire profitti e crescita continua.

Il quadro generale: Perché Brand Admiration? - Esempi esistenti di brand ammirati - La scienza alla base di Brand Admiration. Creare brand ammirati: L'ammirazione si costruisce all'interno - Suscitare brand admiration tra i clienti - Costruire una brand recall Top-Of-Mind. Rafforzare e sfruttare i brand ammirati: Rafforzare la brand admiration - Effetti delle estensioni e dei feedback per la brand admiration - Difficoltà di implementazione se si sfrutta la brand admiration - Progettazione della brand architecture. Stabilire il valore dei brand ammirati per le aziende e per i clienti: Misurare la brand equity - La dashboard del brand. Appendice. Postfazione: pensieri conclusivi

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

