Título:

Autor:

Precio: $475.00

Editorial:

Año: 2002

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788480887922

Hoy en día la publicidad está en todas partes - en TV, radio, carteleras, bandas publicitarias de la web..., sin embargo, los consumidores están mostrando una tendencia inquietante a ignorar estos intentos desesperados de las empresas por hacer que se detengan un momento y les presten atención.

La atención es un bien muy valioso y limitado que no hay que derrochar ni malgastar. Los estrategas de marketing tienen que conservar este recurso incluso a medida que lo van explotando.

En lugar de gastar enormes sumas de dinero en campañas publicitarias ostentosas y estridentes, Sacharin introduce en esta obra el concepto de la 'mecánica de la atención' que elabora técnicas tanto para restaurar el poder de las comunicaciones de marketing como para conservarlo para el futuro.

Esta obra explica a los publicistas cómo pueden hacer una gran entrada, presentar sus marcas, solicitar la atención de la audiencia sin ofender, y aprovecharse del marketing boca-oreja, abriendo el camino para llegar hasta los consumidores; desarrollar una propuesta de compra breve, concreta; comercializar la marca contando una historia; y mucho más.

KEN SACHARIN es vicepresidente ejecutivo y director de medios de The Media Edge, San Francisco la cuarta empresa de servicios publicitarios más importante del mundo. Sus estudios de investigación han sido publicados en los medios más prestigiosos.