

*Librería*  
***Bonilla y Asociados***  
*desde 1950*



**Título:**

**Autor:**

**Precio:** \$615.00

**Editorial:**

**Año:** 2003

**Tema:**

**Edición:** 1<sup>a</sup>

**Sinopsis**

**ISBN:** 9788473563420

Los autores recorren a lo largo del libro las diferentes etapas del proceso de creación de imagen de marca. El libro explica cómo se desarrollan las percepciones, las imágenes de marca sobre productos, servicios, empresas e instituciones. Lo hacen en base a ejemplos reales, muchos de ellos conocidos desde "la trinchera", vividos por los autores en directo a lo largo de su carrera profesional. Cada capítulo del libro se refiere a una etapa en el camino que conduce la creación de imágenes de marca en la mente de los clientes. Desde el principio, (el análisis del mercado y del entorno que lo condiciona), pasando por los medios de creación de imagen (marketing mix), hasta el final (valoración de la imagen de marca obtenida y, en caso necesario, adopción de las medidas correctoras relevantes).