

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$595.00

Editorial:

Año: 2006

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788423424337

A todos nos gusta consumir. No lo hacemos por tener más lujos, por compulsión o por cubrir las apariencias. Entonces, ¿por qué decidimos comprar una marca y no otra? ¿Por qué en la compra de ciertos objetos no escatimamos en los gastos que hacemos? ¿Qué significan algunas marcas para nosotros? La respuesta, para Silverstein y Fiske, está en el vínculo emocional. Vivimos en un mundo con prisas y con estrés constante, y para sentirnos liberados y para tener la sensación de que alcanzaremos ciertas expectativas liberados y para tener la sensación de que alcanzamos ciertas expectativas personales con nuestro trabajo consumimos, precisamente, esos bienes y servicios de "lujo". Pero, ¿cuáles son y cómo se crean? los autores realizan un análisis de algunas marcas reconocidas que se identifican con nosotros como sus consumidores cotidianos y la empatía que establecemos con ellas. Por tanto, este libro es para todos: creadores, estrategas, vencedores y, por supuesto, nosotros, los consumidores.