Título: Plan de Marketing Digital en la Práctica, El

Autor: Sainz de Vicuña Ancín, José María

Precio: $640.00

Editorial:

Año: 2015

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788415986959

El plan de marketing digital en la práctica abunda en la labor que el autor ha pretendido realizar, en los últimos 20 años, aportando su experiencia para elaborar El plan de marketing en la práctica. Este manual fue elegido por las escuelas de negocio, empresas de consultoría y altos directivos de importantes multinacionales como uno de ?los 20 mejores libros de gestión? de los últimos años, junto con libros de prestigiosos gurús como Gary Hamel (?Liderando la Revolución?) o Jack Welch (?Jack Welch, Hablando Claro?), ex presidente de General Electric, entre otros.

Para ello, como suele ser habitual en este autor, el libro presenta dos casos reales de empresas, en situaciones muy distintas:

El capítulo 2 da a conocer el plan de marketing integral (on y off line) de una start up (Nire iHealth) que nace en diciembre de 2013, con un planteamiento global, que en 2014 facturó en Colombia menos de 50.000?, y que su plan de marketing contempla para los próximos años varios miles de millones de euros, con soluciones de autogestión de la salud, basadas en la prevención. El capítulo 3 muestra dos planes de marketing digital de Ternua, la marca de outdoor de Ternua Group. Esta empresa de artículos deportivos, cuya matriz data de 1989, ha encontrado sus nichos de mercado con los que luchar con multinacionales de la talla de Adidas y Nike, y factura unos 30 millones de euros, de los que el 33% proviene del exterior.

Estos capítulos los complementa con:

El capítulo 1 que expone la aportación del marketing a la empresa en la era digital, define el concepto de marketing digital y reflexiona sobre el futuro de las numerosas figuras digitales que han surgido en este siglo. El capítulo 4 que muestra cómo hacer el seguimiento y el control del plan de marketing. Y un epílogo que explora la repercusión que la nueva era digital está teniendo en la evolución del marketing moderno