

# Nuevo Viernes - Nuevo Libro

Nace con la misión de ayudar mediante la lectura de libros de management a difundir nuevas técnicas y conocimientos teórico-prácticos que puedan ayudar a la mejora continua en la gestión de las pymes, tanto a directivos como a profesionales, para hacer frente a los nuevos retos con más recursos. Con el objetivo y los valores de recomendar siempre libros que yo hubiese leído antes y supiese a fondo que realmente servirían de ayuda.

miércoles 23 de junio de 2010

## MARKETING EXPERIENCIAL la revolución de las marcas

Estimados amig@s:

*"Para crear lo fantástico, primero debemos entender lo real."*

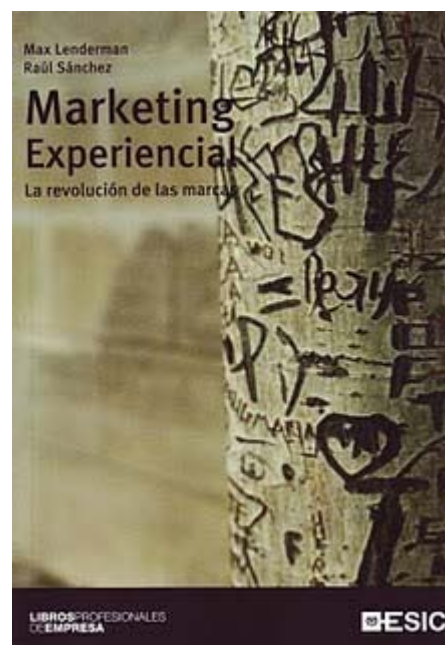
Walt Disney

### Sinopsis:

Los consumidores - impactados por aproximadamente 4.000 mensajes al día- están hartos. Acosados por una publicidad convencional cada vez más intrusiva, muchos ya no se prestan a formar parte de una base de consumidores pasivos que se lo traga todo. Al contrario, muchos se están uniendo a una tribu de 'ateos de las marcas' y

'resistentes a la compra', los cuales ignoran mensajes genéricos dirigidos a sus ojos en la calle, la televisión y la pantalla del ordenador. Tampoco quieren simplemente escuchar, sino que lo que buscan son intercambios auténticos. Piden respeto, reconocimiento y diálogo. Para un profesional del marketing, la mejor forma de hacerlo es ofrecerles mensajes personalizados, relevantes, memorables y significativos.

Lenderman nos cuenta quiénes son los nuevos revolucionarios del marketing experiencial, cómo piensan y operan y por qué son importantes en el mundo cambiante de las marcas de hoy en día. Revela cómo las compañías pueden interactuar con los consumidores de forma significativa y qué deben esperar los consumidores de las empresas que quieren su atención y lealtad. Como ex presidente y director creativo de Gearwerx y actual director creativo de GMR Marketing, Max ha encabezado campañas experienciales de gran éxito para empresas del Fortune 500, además de empresas más pequeñas. En este libro, desvela casos de estudios innovadores y comenta algunas de las tendencias más notables del marketing experiencial - buzz, subviral, roach, flash mobs, Pop-up retail, adverqaming, retailtainment y marketing causal.



## Datos personales



Javier Pérez Caro  
Ver todo mi perfil

## Buscar en este blog

con la tecnología de Google™

## Archivo del blog

### ▼ 2010 (97)

#### ▼ junio (19)

**MARKETING EXPERIENCIAL la revolución de las marcas...**

ENGAGEMENT MARKETING una nueva publicidad para el ...

Y AHORA ¿QUÉ? Claves para gestionar la crisis

LAS ONCE VERDADES DE LA COMUNICACIÓN

HABLAR PARA CONVENCER comunicar más y mejor en ent...

INNOVACIÓN 6.0 el fin de la estrategia

BYE, BYE, MARKETING del poder del mercado al poder...

EL CISNE NEGRO el impacto de lo altamente improbab...

EL DESPERTAR DE LA INDIA el milagro económico en e...

ÁFRICA DESPIERTA la oportunidad de un mercado por ...

MARKETING DE ACCIÓN

BRILLA cómo irradiar energía, innovación y éxito

SÁCALE PARTIDO A INTERNET técnicas para incrementa...

MARKETING ONLINE estrategias para ganar clientes e...

MARKETING DIRECTO 2.0 Cómo vender más en un entorn...

EL PLAN DE MARKETING DIGITAL Blended Marketing com...

**ARQUITECTURA DE MARCAS modelo general de construccion...**

EL POSICIONAMIENTO DE LA "MARCA ESPAÑA" Y SU COMPE...

LO OSOS YA NO COMEN SALMÓN

► mayo (21)

► abril (20)

► marzo (13)

► febrero (11)

► enero (13)