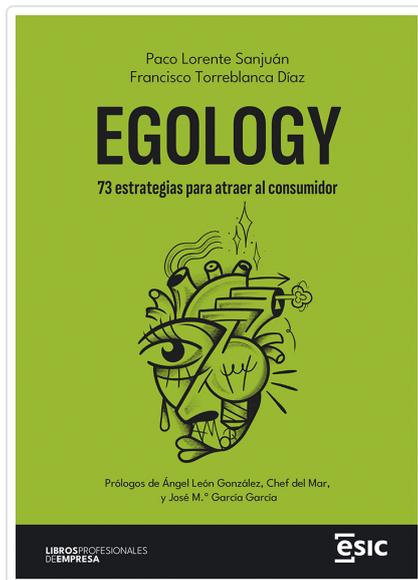


Egology



Lorente Sanjuán, Paco ; Torreblanca Díaz, Francisco

SINOPSIS

Egology presenta en 73 estrategias una amplia visión para que las marcas entiendan los gustos, preferencias, hábitos, necesidades y deseos de los consumidores. En la actualidad, el principal reto de una marca debe ser conectar y ofrecer al consumidor una experiencia única y personalizada, haciéndolo protagonista de su estrategia.

Egology es el proceso que trasciende la relación entre marca y consumidor, donde se da protagonismo a la persona desde una conexión emocional.

A través de 73 conceptos estratégicos, muy relacionados con los estados conductuales del consumidor y apoyados en ejemplos reales de marcas relevantes, ilustran en cada capítulo cómo han logrado captar el interés y han alcanzado un posicionamiento privilegiado en el mercado.

Paco Lorente y Francisco Torreblanca, también autores de Los 7 pecados laterales, han analizado en Egology las estrategias de estas 73 marcas con sus consumidores: Just Eat, Bizum, Portaventura World, Caixa Popular, Root Café, J'hayber, Suavinex, Grosso Napoletano, Pacto Mundial ONU, Aliaxis, Ikono, Caxton College, Vegtus, Nirvel Beauty Group, Colacao, Amplifon, Freepik, The Fitzgerald, Timpers, Cuadernos Rubio, Vicky Foods, The-Are, Flos, Pikolinos, B Corp, Norauto, Business Insider, Cerámica La Escandella, Correos, Hinojosa Packaging Group, Cayro, Alnut, Concep, Aitex, Camacol, Grefusa, Mapfre, Actiu, Lence, Soltec, Platanomelón, Misscar, Sentic, Seguros Sura, Real Betis Balompié, Energy Sistem, Hyundai, Bigbuy, Bancolombia, Porcelanosa, Grupo MasMóvil, Parfums Christian Dior, Consum, Grupo Familia, Gsport, Instituto de Inteligencia Artificial, Bimbo, Cecotec, LinkedIn, Singularu, Exterior Plus, Blinker, Cisco, Dacsa Group, Volvo, Afflelou, Airbus Defense & Space, Tescoma, Oblack Caps, Andreu World, LaLiga, Singular Glass y Prosegur.

Índice:

Prólogo profesional.- Prólogo académico.- El corazón tatuado.- Introducción.- 1. El consumidor tiene hambre de novedades.- 2. Del dicho al hecho ya no hay un trecho.- 3. Nunca lo olvides.- 4. ¿Ser simpático o parecer simpático?.- 5. Dale a ...



Editorial	ESIC EDITORIAL
Materia	<Genérica>
EAN	9788411920339
Status	Disponible
Páginas	360
Tamaño	240x170x21 mm.
Peso	632
Precio (Imp. inc.)	28,00€
Idioma	Español
Fecha de lanzamiento	21/02/2024