

CON PRÓLOGO DE PHILIP KOTLER

SUSANA OLIVA

CÓMO CONSTRUIR EL VALOR DE TU MARCA

LIDERA LA CULTURA

HAZ TU MARCA RELEVANTE

RECLUTA CONSUMIDORES
MASIVAMENTE



Cómo construir el valor de tu marca

Lidera la cultura, haz tu

marca relevante y recluta consumidores masivamente

Este libro actualiza los principios básicos del marketing para triunfar en el entorno incierto y desafiante de hoy con las nuevas generaciones de consumidores. Es una obra de consulta obligada para quienes quieran crear valor y marcas ganadoras mediante un liderazgo cultural que conecte y genere una demanda real. **Oriol Bonaclocha Dolcet** Business Unit President Mondelez International Mexico

Este es un enfoque revolucionario para construir marcas icónicas mediante el poder de las narrativas culturales. En mi experiencia sobre la aplicación en casos reales del modelo que propone la autora, he visto cómo se convierte en una herramienta clave en la mentoría de líderes del C-Suite para construir marcas fuertes. Es un llamado directo a la acción para que se reconozca y aproveche el poder de la cultura, y así asegurar que nuestras marcas prosperen.

Claudia Sciarretta Global Insights Director (GBS) Pepsico

Constantemente sentimos el deseo de complejizar eslóganes, el valor de marca y hasta el significado del marketing. Este libro nos regresa a lo básico para reconectar con la cultura, los valores y con la vida misma, centrando nuestra visión no solo en los hábitos o tendencias del consumidor, sino en sus necesidades, sueños y deseos humanos. La narración, la vinculación y la valoración suelen ser el fuego, pero la dinámica cultural es la gasolina. **Victoria Garcia** Directora de Human Insights LATAM Coca-Cola Company

» Susana Oliva Sánchez

BRANDING • Acción Empresarial • LID Editorial Mexicana

Ingeniera Industrial por la Universidad Iberoamericana y apasionada del futuro, la tecnología y la evolución humana. Desde el inicio de su carrera profesional, la innovación y la estrategia han sido los pilares de su trabajo. Su capacidad para generar disrupciones en mercados de consumo ha marcado la diferencia, propiciando adopciones masivas de nuevos productos en categorías como limpieza del hogar, electrodomésticos, productos financieros, educación, bebidas alcohólicas, alimentos y macrosnacks, entre otras. En 2008 fundó BigFoot, una consultora especializada en el monitoreo del cambio cultural, su planeación estratégica y sus soluciones creativas, empresa que ha jugado un papel fundamental en el crecimiento de diversas marcas y negocios. BigFoot ha desarrollado metodologías que han merecido premios globales y la lealtad de importantes clientes como PepsiCo, Diageo y American Express. Susana es una profesional que desafía lo convencional, una líder visionaria que sabe encontrar oportunidades de crecimiento donde parece no haberlas, promoviendo la innovación constante y la transformación sustentable del entorno. Actualmente está enfocada en la elaboración de estrategias culturales que, de la mano de marcas responsables, ayuden a moldear una cultura sostenible para la humanidad, trascendiendo los límites del marketing tradicional.



9786078704934

Thema: KJSC
978-60-78704-93-4
184 páginas
Rústica con solapas
17 x 24 cm · 373 g
PVP: 450 \$