

1. Record Nr.	UNINA9910788860903321
Autore	Brujo Gonzalo
Titolo	En Clave de Marcas // Gonzalo Brujo
Pubbl/distr/stampa	Madrid : , : Lid Editorial Empresarial S.L., , [2010] ©2010
ISBN	84-8356-380-0
Edizione	[2nd ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (1 v.) : ill
Disciplina	602.75
Soggetti	Trademarks - Administration Marketing
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	"Título original: Brands and Branding, Profile Books Ltd 2009"--T.p. verso.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Sommario/riassunto	La marca es el activo intangible más importante y sostenible de una organización y el principio sobre el que se debería asentar cada acción corporativa que se pusiera en marcha, ya que una compañía que quiera añadir valor a sus procesos debe pensar en sí misma como en una marca. Desde el punto de vista de la inversión, constituye un indicador muy fiable y estable de la salud futura de un negocio. Desde la segunda mitad del siglo XX las marcas han prosperado porque las organizaciones se han ido concienciando de la necesidad de proteger su reputación, lo que les sirve de estímulo para comportarse con rectitud. Las marcas más importantes del mundo, como Coca-Cola, Google, Zara, Santander, Movistar, Harley Davidson, BMW, Amazon o Apple, tienen personalidad propia y su mercado objetivo las asocia a un conjunto de atributos relevantes, creíbles y diferenciales. Si quieres saber qué las ha hecho grandes, aprender de las experiencias y los retos a los que se enfrentan las más poderosas y cómo convertir tu marca en un activo de negocio para tu empresa, los mejores expertos en el panorama internacional te ofrecen las claves.