

mediakey GIUGNO 2017 | LIBRI

BRAND POSITIONING DI SUCCESSO PER LE PMI

IL LIBRO, GIÀ NELLA TOP TEN DEI BESTSELLER DI MARKETING SU AMAZON ANCOR PRIMA DELLA SUA PUBBLICAZIONE, INSEGNA COME DEFINIRE IL PROPRIO BUSINESS E TRASFORMARLO IN UN BRAND.

Un testo unico nel suo genere: il primo libro di un autore italiano sul tema del brand positioning ispirato al modello di marketing inventato da Jack Trout, ma che per primo si rivolge alle medie, piccole e micro imprese italiane fino ad arrivare al singolo professionista.

Per fare marketing ci vogliono soldi. Tuttavia internet ha cambiato le regole del gioco, soprattutto a vantaggio delle piccole aziende: oggi qualunque impresa può investire in marketing con budget contenuti e questo significa che il positioning, strumento nato per la grande azienda, è finalmente alla portata delle piccole realtà.

Qual è la differenza tra marketing che non funziona e marketing che vende? Qual è la chiave per diventare leader della propria categoria e azzerare la concorrenza?

È il brand positioning, la strategia per individuare il messaggio che differenzia il proprio prodotto dai concorrenti rendendolo rilevante e preferibile per il potenziale cliente. In un mercato dominato da un eccesso di offerta, di informazioni e di pubblicità, il brand positioning diventa un concetto di marketing indispensabile.

L'autore racchiude nel libro quasi trent'anni di esperienza con le piccole e medie imprese italiane e collaborazioni con grandi aziende e multinazionali come Burger King, Avena, DeAgostini, Conad, Ikea, Kellogg's, Olivetti e Microsoft. Oltre a spiegare cos'è il brand positioning, De Veglia illustra come metterlo in pratica, con un approccio pratico step-by-step e attraverso molti reali casi aziendali.

Uno strumento pratico di formazione, un vero e proprio manuale del brand positioning pensato per l'imprenditore, i consulenti e i liberi professionisti alla ricerca di una strategia 'zero concorrenti'.



ZERO CONCORRENTI.
COME USARE IL BRAND POSITIONING
PER DIFFERENZIARTI E FARTI CERCARE DAI CLIENTI
DI MARCO DE VEGLIA
ROI EDIZIONI
170 PP, 19 EURO