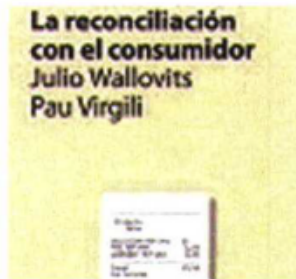


“LA RECONCILIACIÓN CON EL CONSUMIDOR”

Paul Virgili y Julio Wallovits



El mundo ha evolucionado y gracias a las nuevas tecnologías el poder que antes sólo estaba reservado a las marcas, ahora también está al alcance de cualquier ciudadano. Este nuevo consumidor hiperpoderoso, con capacidad para enviar mensajes y multiplicar su eco al mismo nivel que las marcas, ha empezado a ser visto por muchas compañías como alguien con quien hay que competir y frente al que hay que tener razón.

El poder del nuevo consumidor no sólo es grande, sino que aumenta cada día. Ahora es él quien manda. Y a las marcas que quieran asegurarse un futuro sólo les queda reconciliarse con él. Esta es la premisa de *La reconciliación con el consumidor*, el libro que se lanza el 9 de mayo en España escrito por Pau Virgili y Julio Wallovits.

Apoyados en el análisis de cinco grandes empresas (Movistar, El Corte Inglés, Coca Cola, El País y Danone), estos autores nos hacen conscientes de que no contar con el consumidor desde el primer momento a la hora de comunicarse ya no representa únicamente "no estar al día" por parte de la marca, sino que constituye un auténtico enfrentamiento que rápidamente hay que subsanar.

Autor: Paul Virgili y Julio Wallovits

Título: "La reconciliación con el consumidor"

Editorial: Empresa Activa

Precio: 9€