



¿Qué variables tienen en común todas las nuevas ideas y proyectos que disfrutan del éxito a largo plazo?, ¿qué es lo que impulsa a una marca de un producto o servicio?, ¿qué es lo que lo potencia, cuál es su viagra? ¿Sirve tanto para una gran marca como para una pyme o un autónomo que tiene que vender sus servicios?

Las respuestas a estas preguntas han dado origen a este breve **libro, útil para cualquiera que desarrolle una actividad económica.**

Viagra para las marcas, de Joan Mir, parte de una potente idea: 'la innovación Viagra', un auténtico motor de vitalidad para las nuevas marcas y un revitalizador para aquellas con un tiempo en el mercado y que empiezan a mostrar signos de fatiga. 'La innovación Viagra' requiere de un concepto brillante. Pero además, precisa de una ejecución en el mercado impecable que permita que la marca vinculada a esa nueva idea se posicione en el "top of mind" de los usuarios, convirtiéndose así en el referente de la nueva categoría.

Viagra para las marcas es una obra directa, clara e innovadora donde encontrarás todo lo que necesitas saber para potenciar tus productos o servicios.

Editorial: Empresa Activa

Precio: 8 euros

"PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVIDAD"

U. Cuesta
