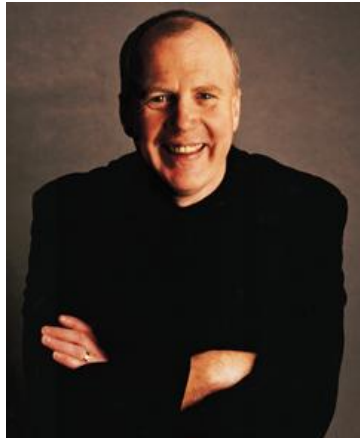


the future beyond brands  
lovemarks

[www.empresaactiva.com](http://www.empresaactiva.com)

Argentina - Chile - Colombia - España - Estados Unidos - Méjico – Venezuela – Uruguay



TÍTULO ORIGINAL: Lovemarks – The future beyond brands

AUTOR: Kevin Roberts

TRADUCCIÓN: Antonio Núñez

FORMATO: 195x240

Nº PÁGS: 224

ENCUADERNACIÓN: Tela

ISBN: 84-95787-80-6

PUBLICACIÓN: 09/05/2005

COLECCIÓN: Empresa Ilustrado

P.V.P.: 26 €

## LOVEMARKS

El futuro más allá de las marcas

KEVIN ROBERTS

Ceo Mundial, Saatchi & Saatchi

*"Para que las grandes marcas puedan sobrevivir, necesitan crear Lealtad Más Allá De La Razón. Ésa es la única forma en la que podrán diferenciarse de las millones de insulsas marcas sin futuro. El secreto está en el uso del Misterio, la Sensualidad y la Intimidad. Del compromiso con estos tres poderosos conceptos surgen las Lovemarks, que son el futuro más allá de las marcas".*

Kevin Roberts

Kevin Roberts cree apasionadamente que el Amor es un elemento clave para el éxito de las empresas. En Lovemarks, una innovadora aproximación a la filosofía empresarial, Kevin Roberts analiza la evolución que va desde los productos a las "trademarks", y de éstas a las marcas, y la necesidad de dar el siguiente paso hacia las Lovemarks.

El análisis crítico y acerado de Kevin Roberts sobre las marcas engancha desde la primera línea. Su dictamen es muy sencillo: las marcas se han desinflado. ¿La solución? Crear productos y experiencias que sean capaces de construir vínculos emocionales de larga duración con sus consumidores.

La idea de que las Lovemarks pertenecen a sus consumidores, y no a las empresas, es clave. Este libro demuestra que no son sólo los gurús de los negocios, sino esas personas tan especiales que Kevin Roberts llama "Consumidores Inspiradores", los que pueden moldear el futuro de la economía.

Lovemarks refleja la visión de un dinámico líder empresarial que cree fervientemente que las relaciones emocionales y las personas inspiradoras pueden cambiar el mundo.

El idealismo del Amor es el nuevo realismo de la empresa. Forjando Respeto e inspirando Amor, la empresa puede cambiar el mundo.

Una fantástica obra tanto por su contenido como por la calidad de su encuadernación y fotografías. *Lovemarks* contiene casos y experiencias de empresas de los cinco continentes, y se traducirá durante 2005 a quince lenguas.

<http://www.lovemarks.com/>

## KEVIN ROBERTS

En tanto que presidente mundial de la *compañía de ideas* Saatchi & Saatchi, Kevin Roberts supervisa a un equipo internacional de más de siete mil personas creativas en ochenta y dos países.

Viajero prolífico y orador muy solicitado, es una fuente constante de inspiración para miles de personas, debido a su visión, claridad de propósito y a su inimitable forma de decir las cosas como son.

Roberts es también presidente en residencia en el Judge Institute of Management, de la Universidad de Cambridge y catedrático de Sustainable Enterprise (Empresas Sostenibles) tanto en la Universidad de Limerick, en Irlanda, como en la escuela de negocios de la Universidad de Waikato, en Nueva Zelanda. Tiene casa en Nueva York, Saint Tropez y Auckland.

*Lovemarks* quiere compartir la visión del mundo de un dinámico líder empresarial que cree fervientemente que las relaciones emocionales y los individuos inspiradores pueden cambiar el mundo.

Kevin Roberts intervendrá el 18 de octubre en el Foro Mundial de Marketing y Ventas que se desarrollará en Barcelona.

***“El idealismo del amor es el nuevo realismo de la empresa. Forjando respeto e inspirando amor, la empresa puede mover el mundo”***

**Kevin Roberts**

## INDICE DE LA OBRA

1. Start me up  
Lo que he aprendido de las cinco grandes empresas para las que he trabajado.
2. Time changes everything  
De los productos a las “trademarks”. De las “trademarks” a las marcas.
3. Emotional rescue  
Por qué creo que los vínculos emocionales pueden transformar las marcas.
4. All you need is love  
Hacer que las marcas pasen a su siguiente fase depende de una sola cosa: A-M-O-R.
5. Gimme some respect  
El Amor cambiará el mundo de los negocios, pero sólo si está construido sobre el Respeto.
6. Love is in the air  
De acuerdo, pero ¿cómo crear una Lealtad que vaya Más Allá de la Razón?
7. Beautiful obsession  
¿Qué son las Lovemarks? Son marcas que gozan de una Lealtad Más Allá de La Razón.

8. All I have to do is dream  
Cómo el Misterio puede transformar las relaciones con los clientes.
9. The human touch  
Los cinco sentidos – vista, oído, olfato, gusto y tacto – hacen que las Lovemarks cobren vida.
10. Close to you  
La Intimidad es el reto de nuestro tiempo. Exige tiempo y sentimientos sinceros, y ambas cosas son bienes muy escasos.
11. Across the border  
Los Ejes Amor/Respeto, son tu primer paso.
12. I can see clearly now  
La investigación vuelve a nacer. Explorar y escuchar atentamente.
13. I'll follow the sun  
Un Consumidor Inspirador tiene un valor inconmensurable.
14. Rolling thunder  
Las Lovemarks en acción.
15. What the world needs now  
La misión de las empresas es hacer del mundo un lugar mejor para todos.

## WEBS DE INTERÉS

- <http://www.saatchikevin.com/>
- <http://www.saatchikevin.com/media/media.html>
- [http://www.saatchi.com/worldwide/kevin\\_roberts.asp](http://www.saatchi.com/worldwide/kevin_roberts.asp)
- <http://nzedge.com/intro/kevin.html>
- <http://www.powerhousebooks.com/titles/kevinroberts.html>
- <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/persuaders/interviews/roberts.html>
- <http://www.saatchikevin.com/media/photos.html>
- Entrevista en Periodismo Latino:  
<http://www.periodismolatino.com/actualidad/archives/000153.php>