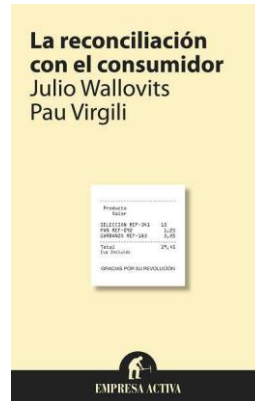




EMPRESA ACTIVA



LA RECONCILIACION CON EL CONSUMIDOR

Nuevo libro de Julio Wallovits y Pau Virgili

Los consumidores se han visto convertidos, por medio de la tecnología, en poderosos aliados y colaboradores de las marcas y las compañías que estiman.

También, es innegable, se han erigido muchas veces en el rival más temible, en un movimiento implacable y sin concesiones a la hora de atacar a una marca que detestan.

No contar con el consumidor desde el primer momento a la hora de comunicarse con él es un error muy grave, defenderse de sus pretensiones puede llevar al desastre, y atacarlo - como muchas marcas están haciendo sin ser conscientes de ello- constituye un suicidio.

El poder se ha invertido. Eso necesariamente cambia el juego.

Que una marca siga existiendo en los próximos años depende en gran medida de que hoy busque -y logre- reconciliarse con su consumidor.

En este libro Wallovits y Virgili, expresan con casos concretos y en forma simple y entretenida cómo ha de ser la nueva relación entre consumidores y empresas. Advierten acerca de cuáles son los errores más comunes y abogan por una nueva relación acorde con el nuevo poder del consumidor.

A su vez, también se dirigen a los consumidores para que hagan un uso inteligente del nuevo poder que tienen tanto en beneficio propio como de la comunidad.

Un libro revolucionario y revelador que invita a todos en nuestra calidad de consumidores o proveedores de bienes y servicios a repensar las relaciones comerciales.

Los autores:

Julio Wallovits (1970) lleva más de 17 años trabajando en el sector de la comunicación. A lo largo de este tiempo ha desarrollado su carrera en Argentina, España y Holanda, en agencias de la categoría de Bates, Wieden & Kennedy Amsterdam, El Sindicato y S,C,P,F.

A lo largo de su trayectoria ha obtenido múltiples reconocimientos. Los más importantes para él: pertenece al *British Design and Art Directors* desde el año 2000. Y el reputado publicitario Toni Segarra lo ha definido en 2009 como: “*Seguramente el tipo con más talento con el que he trabajado nunca.*”

Pau Virgili es especialista en la definición de estrategias de negocio en el área que se encuentra en la intersección del marketing, la creatividad y la tecnología. La mayoría de su experiencia ha discurrido en empresas internacionales del mercado de gran consumo y como empresario en el mundo de la tecnología. Pau ha sido Director de Marketing de Consumo para Europa, Oriente Medio y África de Hewlett Packard y ha sido fundador de empresas de tecnología de éxito reconocido. Anteriormente, fue socio de la consultoría Summa Comunicación en la que lideró proyectos para compañías como Nike y Coca Cola entre otras.

Pau Virgili es MBA por la University of Chicago y ha realizado diversos estudios de post-grado en las universidades de Harvard, Columbia, INSEAD y NYU.

Actualmente, ambos son socios, junto a Marta Lluciá y Tomás Gui de La Doma, compañía cuya misión es aportar el marco para la construcción del sueño común entre marcas y consumidores.

www.ladoma.org

Ficha del libro:

TÍTULO ORIGINAL:	Reconciliacion, La
TRADUCCIÓN:	
CÓDIGO:	039000248
ISBN:	978-84-92452-78-1
PUBLICACIÓN:	09/05/2011
ENCUADERNACIÓN:	RCA C/S
FORMATO:	135 x 213
PÁGINAS:	128
COLECCIÓN:	GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
Código BIC:	KJSU (Atención al cliente)
Código BISAC:	BUS018000 (BUSINESS & ECONOMICS / Customer Service)