

Librería  
*Bonilla y Asociados*  
desde 1950



**Título:** Engagement Marketing

**Autor:** Marti Jose/ Muñoz Pablo

**Precio:** \$440.00

**Editorial:**

**Año:** 2008

**Tema:**

**Edición:** 1ª

**Sinopsis**

**ISBN:** 9788483224496

Este libro analiza cómo gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías aparecen nuevos medios y formatos que permiten acercarse al público de una manera más eficiente. Para ello, se deben aplicar nuevas estrategias en publicidad y marketing con las que dar nuevos valores a la publicidad, que permitan experimentar emociones en el público y conseguir así el compromiso buscado.

Los consumidores cada vez son más difíciles de convencer por eso se necesita un mayor compromiso de las marcas donde se refleje una mayor información, honestidad y sinceridad. Por esta razón nace el Marketing de Compromiso o ENGAGEMENT MARKETING, que agrupa las iniciativas encaminadas a lograr un mayor compromiso de las marcas con su público, no un marketing de masas, sino un marketing que escucha al individuo y se centra en sus necesidades individuales, generando experiencias personales y emociones que se relacionan con una marca.