



Cosa ci spinge a comprare? Quali sono i motivi che ci legano a un marchio anziché a un altro? La risposta? Le emozioni! Questo è un volume introduttivo per capire quali sono le basi dell'emotional marketing, un nuovo, modernissimo approccio nella vendita e della comunicazione. Lo scopo del marketing emozionale è creare il coinvolgimento del cliente attraverso esperienze ed emozioni positive, fino a ottenere una relazione durevole di fiducia da parte del cliente che, di conseguenza, diventa il miglior promotore del brand.

Questo volume ti spiega come stimolare il cliente facendo leva su contenuti e strategie che coinvolgano emozioni, desideri inconsci ed esperienze personali. Grazie a consigli mirati ed esempi concreti, potrai capire e mettere in pratica i principali strumenti del marketing emozionale.

DATI BIBLIOGRAFICI

Autrice: Patrizia Principi

Editore: Ledizioni

Formato: broccura, 75 p.

Pubblicato in: febbraio 2017

ISBN cartaceo: 9788867055685

Prezzo cartaceo: € 9,90