

Uw merk als prototype

24-10-2006 00:00

Veranderingen in omgevingen en consumentengedrag zorgen ervoor dat bedrijven zich vaak als een kat in het nauw voelen. Met bijbehorende sprongen als gevolg: nieuwe positioneringen, nieuwe reclamecampagnes en/of nieuwe strategieën. Die veranderingen pakken niet altijd even goed uit.

In het boek 'Brand prototyping' legt Michel Jansen het belang uit van een sterke merkidentiteit in een dynamische omgeving. In het boek worden hiervoor zeer bruikbare handvatten aangereikt. Meer weten over dit boek? Lees meer op RetailBooks.nl.

RetailBooks geeft 'Brand Prototyping' GRATIS weg. Vindt u dat het boek van Michel Jansen niet mag ontbreken op uw boekenplank? Laat ons per mail (redactie@retailbooks.nl) weten waarom u in aanmerking komt voor het boek en maak kans op een van de drie exemplaren.