

**INFORMALIBRI**

**EFFETTO LOVEMARKS**

**Vincere nella rivoluzione dei consumi**

Kevin Roberts - **Franco Angeli** - PAG 272 - 25,00 Euro.

Il libro è stato scritto in modo semplice per essere letto e capito da coloro che si accingono a studiare una disciplina così complessa e in continua evoluzione come il Marketing basato sulle emozioni, e che avvertono la necessità di possedere delle competenze basilari per orientarsi all'interno di questa filosofia di pensiero. A determinare il successo di un'azienda, oggi, è ciò che i consumatori provano per essa, il legame affettivo che con essa stabiliscono; una raccolta di casi aziendali che aiutano l'autore a descrivere l'impatto e il potere dei lovemarks, i brand che puntano all'emotività, sui consumatori e sulla società.

Nel volume Roberts da voce a quelle persone che conoscono già il potenziale e la forza dei lovemarks: consumatori, imprenditori, designer, marketer e innovatori illuminati che mostrano l'impatto di Lovemarks sulla loro vita, le loro aziende, le loro aspirazioni.

Il libro comprende anche una guida in 7 tappe, per mettere in pratica principi Lovemarks. Una filosofia attraverso cui viene individuato chi è esattamente il consumatore e, di conseguenza, il mercato dove veicolare prodotti e servizi. Attraverso le immagini, grafici, e pillole di saggezza di professionisti illustri, il testo permette di conoscere e consolidare i concetti e le attività di questa disciplina.

Difficile però, capire l'effetto Lovemarks senza qualche basilare nozione e quindi l'autore, per cominciare, propone un modello da seguire.

L'asse amore-rispetto è un modo rapido per separare i lovemarks dai brand, dalle mode temporanee e dalle commodity.

Poco rispetto, poco amore: questo è il quadrante dove i consumatori mettono i prodotti da cui non sono attratti, comportandosi come critici severi. Poco rispetto, molto amore: la zona della moda temporanea è dove si è eroi oggi e nullità domani. Molto rispetto, poco amore: è dove la maggior parte dei grandi brand è bloccata.

Prodotti e servizi solidi, ma fermi alla parola 'più': più splendente, più veloce, più economico.

Molto rispetto, molto amore: lovemark. Questo è l'obiettivo per tutti i brand: aggiungere amore ed emozione al solido rispetto per la loro performance.

Qui è dove tutti vogliono essere e rimanere. Effetto Lovemarks è una lettura necessaria per i professionisti che vogliono muoversi con successo nella rivoluzione dei consumi.

