



"MARKETING CREATIVO": 688243

UN LIBRO CLAVE

"En todo mercado de competencia, las decisiones más complejas de tomar son las involucradas en cada una de las etapas del proceso de marketing o comercialización", sostiene el acreditado experto publicitario Alberto Israel en su nuevo libro sobre su especialidad. El actual director general de IDB -la Firma de Consultores de Publicidad y Comunicación que formó en 1981 con Paolo de Bianchi- cumple con "Marketing creativo" otra importante etapa literaria-docente que sigue a "Estrategia y acción en publicidad", que ha sido designado texto oficial en Institutos Profesionales y Facultades Universitarias. Destinado también a empresarios y ejecutivos en el área de la comercialización, el libro de Alberto Israel resulta aleccionador y entretenido incluso, para los más legos. VANIDADES aprendió allí por ejemplo, que las sensaciones



son muy importantes en publicidad, lo que tratándose de helados, hacía que un atractivo fundamental de éstos residía en su naturaleza "voluptuosa"; y por allí, entonces, había que atacar la publicidad. Y que en cuanto a los bancos, ellos provocaban susto en las personas, porque subconscientemente, los asociaban con la autoridad paterna; de ahí que naciera "un banco simpático". ¿Se les habría ocurrido?

P.144

Veniditas No 25. Bño 23. Sipo. 6-XII-1983

"Marketing creativo": un libro clave. [artículo]

Libros y documentos

FECHA DE PUBLICACIÓN

1983

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

"Marketing creativo": un libro clave. [artículo]. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile