



"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 trataban-
do de helados, hacia 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 asocian con la autoridad paterna; de ahí que naciera "un banco simpático". ¿Se les habría ocurrido?

P.144

Unidad 60 25.06.23. Siplo 6-XII-1973.

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

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](#)