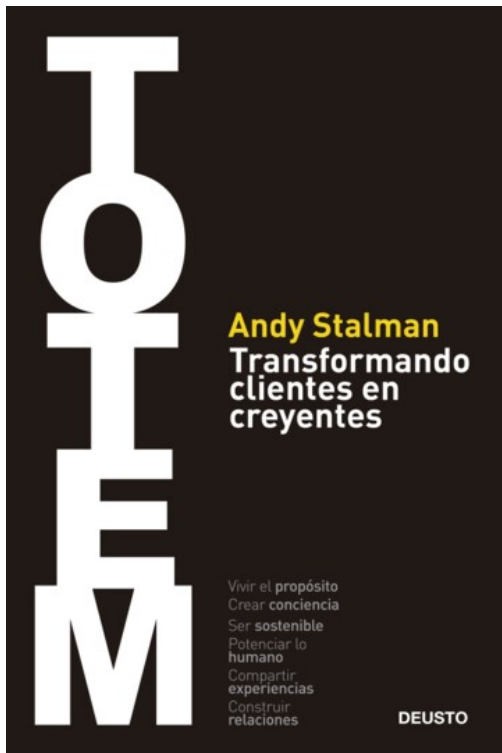




Fecha de publicación:
19/05/2020

Sello Editorial:
Deusto

Contacto de prensa

Nombre: María José Bertrán

Email: mjbertran@planeta.es

Nombre: Júlia Llaó

Email: Julia.lao@planeta.es



TOTEM

Andy Stalman

Descubre la nueva cara del branding

En el pasado, un tótem era un objeto natural o creado por el hombre que en las mitologías de algunas culturas o sociedades se tomaba como símbolo icónico de la tribu o del grupo social. Ahora, mediante una nueva forma de hacer negocios y relacionarse con el mundo, muchas empresas se han convertido en verdaderos TOTEMS de nuestra sociedad, donde conceptos como liderazgo, valores, ética, sostenibilidad o compromiso son cada vez más indispensables.

En este libro, a través de la figura del tótem de la antigüedad, Andy Stalman hace resurgir una nueva concepción del branding, analizando cómo se construyen y se desarrollan las empresas más queridas, más exitosas, con mayor impacto y mayor relevancia en el mundo.

Marcas como Netflix, Apple, Google, o incluso Michelle Obama o Cristiano Ronaldo, personalidades que han hecho de sí mismos iconos de una influencia sin igual. Conceptos como branding o alma pueden parecer abstractos, pero cuando se analizan los motivos por los cuales un consumidor elige una marca, la dimensión y significado de dichos conceptos se vuelve tangible.

TOTEM es una lectura que te ayudará a comprender mejor cómo funcionan las marcas de la nueva era y agudizará tu sentido sobre cómo se configura nuestra sociedad, porque la verdadera transformación que estamos viviendo no se reduce a lo digital: es también cultural, social, económica y emocional.

Andy Stalman

Andy Stalman es uno de los mejores expertos en Branding del mundo. Con más de 25 años de experiencia, ha desarrollado proyectos en los cinco continentes. Su talento y carisma, así como su trabajo e influencia le han valido el título de «Mr. Branding» en todo el mundo.

Sus libros se han convertido en auténticos bestsellers, siendo considerado *BrandOffOn* uno de los libros más influyentes del siglo XXI, y *HumanOffOn* uno de los libros imprescindibles para entender el presente y el futuro de la sociedad digitalizada. También ha escrito más de doscientos artículos sobre Branding, marketing y transformación cultural y digital.

Es profesor invitado en prestigiosas universidades y escuelas de negocios y director del Máster *BrandOffOn*. Orador habitual en conferencias y eventos en todo el mundo, fue nombrado uno de los 100 mejores conferenciantes de España por Thinking Heads y ha sido distinguido con el premio «Propósito. Honestidad con los usuarios» de los Honest Awards y con el premio a la Excelencia Académica y «Gigante del Branding» del IE Business School.

Asimismo, es socio cofundador y CEO de TOTEM Branding, una de las empresas más reputadas de Branding del mundo.