

Buku ini menjelaskan kaitan antara merek (*brand*) yang kuat dan kemampuan mendatangkan *cash flow earnings* bagi perusahaan. *Cash flow earning* perusahaan bbergantung pada seberapa jauh merek tersebut dapat meningkatkan total basis pelanggan secara lebih efektif dibanding para pesaingnya. Contoh – contoh kasus sengaja disajikan untuk memberikan gambaran sekaligus kemudahan dalam memahami konsep-konsep yang di bahas , seperti *brand personalities, customer value and value innovation, service excellence, experiential branding* , serta audit merek.

