

BUILDING BRANDS & BELIEVERS

Membangun Merek & Pengikutnya

Membentuk Koneksi dengan Konsumen Menggunakan Arketipe

“Argumentasi Kent Wertime sangat sangat masuk akal bahwa di saat produk semakin serupa, merek-merek bisa menghindari “komoditasasi” dengan mengeksplorasi kekayaan bahasa arketipe untuk menjangkau wilayah alam bawah-sadar yang lebih emosional, yang mempengaruhi persepsi, dan kesukaan konsumen. Buku ini mewakili sebuah kerangka usulan untuk membawa merek apapun kedalam kehidupan.”

Philip Kotler

S. C. Johnson Distinguished Professor of International Marketing

Kellogg Graduate School of Management

Northwestern University

“Building Brands and Believers menawarkan pemahaman-pemahaman baru tentang cara-cara perusahaan membentuk koneksi dengan konsumen. Pengalaman Kent Wertime yang sangat panjang di dalam pemasaran – menangani berbagai produk di berbagai lintas wilayah dunia – telah merumuskan model yang sangat menarik dan persuasif, berbasis dua belas pola bawah-sadar sederhana. Buku yang sangat orisinal dan menggugah pemikiran ini menyediakan kontribusi baru yang signifikan ke dalam perdebatan mengenai merek.”

Simon Anholt

Konsultan dan Penulis Another One Bites the Grass

“Bacaan wajib bagi semua pemasar yang membutuhkan dan mengaplikasikan pemahaman mengenai konsumen kedalam proses pembuatan keputusan mereka. Kent Wertime secara cerdas berhasil menguraikan koneksi antara merek dengan benak konsumen menggunakan bahasa yang sederhana dan jernih.”

Michael Tan

Senior Director of Marketing

Tricon Restaurants International Asia Franchise

“Ken Wertime adalah salah satu pemikir paling menarik yang pernah bekerjasama dengan saya. Saya merekomendasikan buku ini sebagai analisis luar biasa tentang bagaimana cara bekerjanya komunikasi modern. Belilah buku ini untuk belajar bagaimana membangun sebuah merek.”



John Goodman

President

Ogilvy One Asia-Pacific

“merek-merek ditunen menjadi struktur dari budaya- budaya populer di seluruh dunia. Dengan menganalisis bagaimana merek membentuk koneksi dengan konsumen, Building Brands & Believers memperlihatkan bagaimana perusahaan dapat mengkomunikasikan merek dan citra mereka dengan lebih efektif demi menciptakan nilai dan meraih kinerja bisnis superior.”

Malcolm Sullivan

Marketing Director, China Mid-Pasific Region

FedEx

“Kent Wertime menyajikan penjelasan-penjelasan yang bermanfaat tentang bagaimana perusahaan bisa memanfaatkan pola-pola dari alam bawah sadar (arketipe) untuk menaikan nilai merek mereka. Buku ini bisa mengubah pandangan banyak pembaca tentang cara membangun citra dan komunikasi yang efektif.”

