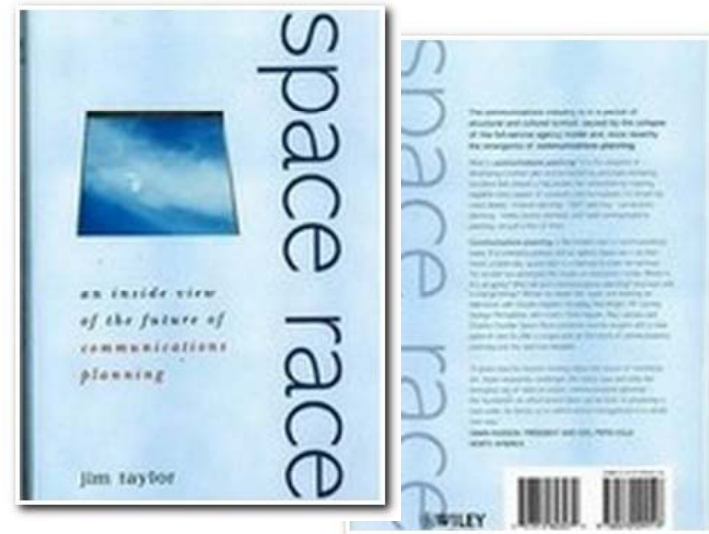


Buch Titel: Space Race
Autor: Jim Taylor
Verlag: John Wiley & Sons
Sprache: Englisch
Erhältlich bei: amazon.de



Buchbeschreibung:

Vor einigen Jahren wurde die Welt der Kommunikations-Agenturen auf den Kopf gestellt. Ogilvy führte das 360-Grad-Denken ein, Unilever formulierte ihre ABC-Prozesse, TBWA entwickelte ihre Disruptive Philosophie und somit war die totale Kommunikations-Planung geboren. Nun wird die totale Kommunikations-Planung zunehmend von den Kunden gefordert. Die Frage lautet nicht mehr, wo ist die Kommunikations-Zukunft, sondern wie gelangt man als Agentur so schnell wie möglich dort hin? Dieses Buch zielt darauf ab, die Struktur der Agenturen von morgen durch die Befragung der führenden Köpfe der Branche von heute zu definieren.

Jim Taylor, selbst ein erfahrener Praktiker der totalen Kommunikations-Planung, identifiziert gemeinsame Probleme und Themen zu einer Reihe von wahrscheinlichen Szenarien für die Agenturen der Zukunft.

„A great read for anyone thinking about the future of marketing.” Dawn Hudson, president and CEO, Pepsi-Cola North America