

Al Ries

Gurú de Marketing y Autor Bestseller

CSA CELEBRITY SPEAKERS

Al Ries es una de las principales autoridades públicas en marketing. Inició su carrera en los 50's dentro de la General Electric, continúa sorprendiendo a los mercados con sus conceptos sobre branding, posicionamiento y publicidad. Al lado de su hija "quien hiciera su mejor jugada de marketing al aliarse con su padre" dirige Ries & Ries, una firma consultora en el área y experta en estrategias de marca.

"El Marketing es una disciplina que conlleva años de experiencia"

En detalle

Es el co-autor de una serie de artículos sobre posicionamiento, con Jack Trout, que ha publicado varios clásicos de la industria. Después de servir en el Ejército de los EE.UU. comenzó su carrera de marketing en General Electric.Estuvo enNeedham, Louis & Brorby y Martseller antes de comenzar su propia agencia de publicidad, Ries Cappiello Colwell.

Qué le ofrece

En el mundo del marketing y marcas, es altamente aconsejable por su asesoramiento sobre las estrategias que convienrten ciertos productos y servicios en líderes del mercado. Experto en el mercado actual, comparte el poder potencial de cualquier marca en internet.

Cómo presenta

Energía y dinamismo se combinan sin esfuerzo en sus mensajes convincentes.

Temas

- Posicionamiento
- Leyes de las Marca
- Lanzamiento de Productos
- Internet: La Tercera Revolución Minorista
- La Caída de la Publicidad y el Auge de PR

Idiomas

Presenta en Inglés.

¿Quiere saber más?

LLámenos o envienos un e-mail para saber exactamente lo que el puede aportar a su evento.

¿Como reservarle?

Simplemente llame, envie un fax o e-mail. Mire detalles a continuación.

Publicaciones

2005

The Origin of Brands: How Product Evolution Creates Endless Possibilities for New Brands (with Laura Ries)

2004

Plugged-In PR: Maximising Your Message in Today's Wired World

2003

The 22 Immutable Laws of Branding

2002

The Fall of Advertising

2001

Positioning: The Battle for Your Mind

2000

Future Focus: How 21 Companies are Capturing 21st Century Success

Focus: The Future of Your Company Depends on It