

Brand Identity Now! Marcas prestigiosas de todo el mundo

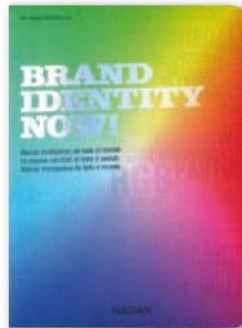
Julius Wiedermann

Taschen, Köln, 2009

383 pg, 29,99 euros

www.taschen.com

El *branding*, más allá de la creación de marca, logotipos o identidades gráficas, abarca la gestión de todo el entramado visual de las diversas actividades empresariales y su introducción en el mercado. Por otra parte, el consumidor ha variado y no sólo busca la marca, sino su compromiso. El libro se divide en dos partes: la primera recoge catorce casos de estudio de marcas, en las que los creativos hablan de proceso de gestación, desarrollo y aplicación de los proyectos; la segunda parte es un catálogo visual de proyectos de *branding* internacionales. Ciento cincuenta campañas de marca de veinte países componen esta obra destinada a creadores e interesados en el complejo mundo de gestación y mantenimiento de marcas. / Branding, beyond the idea of the creation of a new brand, is not only a logo or a visual image, it also comprises the totality



of the visual concept including all its diverse business related activities and market introduction. It is also true that the customer has evolved, and now not only focuses on the brand, but also looks for commitment values. The book is divided into two different parts: the first is a compilation of fourteen different brand name studies, where designers speak of the development, conceptual and management aspects of the process involved in each project; the second is a visual catalogue of international branding projects. One hundred and fifty brand campaigns from twenty countries constitute this book which is orientated towards designers and those interested in the complex world of management and upkeep of brand names.