

Pernahkah Anda merasa kagum melihat seseorang menggunakan produk Apple, seperti iPhone atau MacBook, dan langsung menganggapnya lebih sejahtera? Mengapa meskipun menggunakan iPhone tipe lama, orang tersebut tetap dipandang lebih mapan dibandingkan pengguna smartphone flagship merek lain? Fenomena ini menunjukkan betapa kuatnya Brand Awareness dalam membentuk persepsi sosial, menjadikan produk Apple sebagai simbol status sosial, terutama di lingkungan tertentu seperti daerah pedesaan.

Buku ini hadir sebagai panduan bagi siapa saja yang ingin mendalami strategi membangun Brand Awareness. Anda akan diajak untuk memahami konsep dasar dan teori di balik Brand Awareness, serta bagaimana persepsi konsumen dapat dibentuk dan dioptimalkan. Selain itu, buku ini menyajikan strategi konkret mulai dari pemasaran digital hingga storytelling, dengan contoh-contoh sukses dari merek-merek terkenal.

Masa depan Brand Awareness di era digital juga dibahas secara mendalam, memberikan Anda wawasan tentang peluang baru dan cara membangun keunggulan bersaing. Dengan bahasa yang mudah dipahami, buku ini cocok untuk UMKM dan pemula yang ingin mempelajari cara membangun merek yang kuat dan berdaya saing tinggi.



SCAN ME

www.anakhebatindonesia.com
@penerbitahi_official
penerbitanakhebat@gmail.com
@penerbitahi_official
anakhebatindonesia
anakhebatindonesia

Layanan Pembaca:

085-8787-66347

BUSINESS & ECONOMICS



9 786235 152288

Harga Pulau Jawa: Rp 65,500.00