



GIFTING

Marina Pechlivanis **Auli de Vitto**
João de Simoni Claudio Mello



Resumo de Gifting

O que explica a fascinação das pessoas pelos chamados “brindes” ou “presentes”? Como entender a necessidade de colecioná-los? Afinal, o que pode ser considerado um “gift” corporativo? A qual campo de prática mercadológica estes “gifts” pertencem: comunicação, marketing, promoção, relacionamento, mídia, experiência?

Quem e quando utilizar este tipo de ação? Quais as reais dimensões deste mercado? João de Simoni, Auli de Vito, Marina Pechlivanis e Claudio Melo têm respostas para estas e outras curiosas questões, inaugurando um conceito que abarca as diversas dimensões do “dar, receber e retribuir” objetos, experiências e serviços nas mais diversas ações: o gifting.

- Não há nenhum livro no mercado com esta abrangência e conteúdo, o que torna a obra exclusiva.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)