



Leandro Angotti **Guissoni**
Marcos **Fava Neves**

MÉTRICAS PARA COMUNICAÇÃO DE MARKETING

GUIA PARA EXECUTIVOS
JUSTIFICAREM CAMPANHAS
E GERAREM VALOR

2ª Edição

MAIS DE 60
MÉTRICAS DE
COMUNICAÇÃO

atlas

Resumo de Métricas Para Comunicação de Marketing

Guia prático para avaliação do programa de comunicação de marketing. Os autores utilizaram suas experiências de consultoria e domínio da literatura acadêmica para elaboração de uma abordagem de extremo valor para os executivos de marketing, agências, pesquisadores e outros públicos interessados no uso de dados e análises para otimizar a produtividade de marketing.

Paul W. Farris, Professor na Darden School of Business, University of Virginia. Autor de Métricas de Marketing: O Guia Definitivo de Avaliação de Desempenho do Marketing Raj Venkatesan, Professor Pesquisador na Darden School of Business, University of Virginia.

Autor de Cutting-Edge Marketing Analytics Este livro é uma importante ferramenta para anunciantes, agências e veículos, por disseminar conhecimento através de conceitos sólidos, objetivos e aplicáveis em nosso dia a dia.

Luís Fernando Monteleone, Diretor de Projetos e Conteúdo, Ogilvy Mather Brasil A dinâmica do mercado requer uma mudança na forma como as marcas se comunicam e interagem com seus consumidores.

Mas como saber se os planos estão gerando os resultados esperados Este livro apresenta uma metodologia de fácil compreensão e aplicação, servindo para auxiliar as grandes e pequenas empresas na otimização e alocação de recursos em marketing.

Laiza Hasselmann, Integrated Marketing Communications Manager Marcelo Bozzini, Commercial Finance Manager, The Coca-Cola Company Brasil Usando o método ComValor, os autores propuseram mais do que um guia para a avaliação da comunicação integrada de marketing.

Esse trabalho, incluindo 60 valiosos templates, oferece avanços no acesso ao Accountable Marketing, apresentando ao leitor ferramentas

imediatamente aplicáveis e novas. A obra é recomendada a todo profissional sério de marketing.

Peter J. Rosenwald, Autor de Accountable Marketing: the Economics of Data-Driven Marketing Essa abordagem objetiva é um importante instrumento para o marketing de resultados no mundo da comunicação multicanal em que vivemos.

Rafael DAndrea, Diretor de Desenvolvimento da ToolBoxTM Métricas de Ponto de Venda Obra de consulta para profissionais que atuam nas áreas de comunicação, gerenciamento de campanhas, inteligência de mercado e marketing.

Leitura recomendada para cursos de Comunicação Social, de Marketing e de Administração que possuem disciplinas ligadas a comunicação de marketing, gestão do composto de marketing ou métricas de marketing.

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