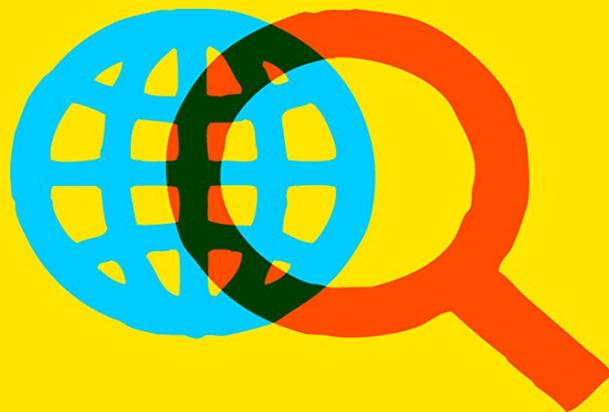


# TODOS OS NEGÓCIOS SÃO LOCAIS



**POR QUE EM UM MUNDO  
GLOBAL É AINDA MAIS  
IMPORTANTE SER LOCAL**

**JOHN A. QUELCH  
& KATHERINE E. JOCZ**

# Resumo de Todos Os Negócios São Locais

Em um mundo onde todas as empresas são globais, ser local nunca foi tão importante. É bem possível que você tenha muitas opções para tomar um cafezinho, incluindo uma Starbucks próxima — já que a empresa está em todos os lugares, de Boston a Budapeste.

Mas sua decisão de preferir a Starbucks nada tem que ver com o número de lugares onde a rede tem lojas. O que você quer é a melhor experiência de tomar um cafezinho, qualquer que seja sua definição para ela (sabor, preço, serviço etc.).

A Starbucks é uma marca global cujo sucesso ou fracasso depende de uma quantidade infinita de concorrentes locais. Agora, mais do que nunca, a tecnologia facilita estar em todos os lugares ao mesmo tempo.

Mas quando as oportunidades ilimitadas da nossa era global se destacam, alguns líderes abrem mão da importância do local — os pontos em que os consumidores de fato interagem com marcas individuais.

Neste livro oportuno e provocador, os especialistas em marketing John A. Quelch e Katherine E. Jocz examinam as técnicas empregadas por dezenas de empresas que consideram que o lugar é parte de toda decisão estratégica.

Os autores mostram por que as melhores marcas globais são também as melhores marcas locais.

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