

BEAUTY

HORIZONS Italia – 4 2022

IMPORTANZA DEL POSIZIONAMENTO E DELL'INDIVIDUAZIONE DELLE BUYER PERSONAS PRIMA DI CREARE UNA FORMULA COSMETICA

ELISABETTA CASALE

Cosmetologist and Marketing consultant | Italia

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

1. Harvard Business Review . April 2011, J. Schneider and J. Hall Why Most Product Launches Fail
2. S. Godin Questo è il marketing. Non puoi essere visto finché non impari a vedere ROI edizioni, 2019
3. Don E. Schullz, Stanley I. Tannenbaum, Robert F. Lauterborn(1993) "Integrated Marketing Communications", NTC Business Books, a division of NTC Publishing Group.