



Marketing de fidelización

By García Gómez, Blanca

PIRAMIDE, 2013. Condition: Nuevo. El incremento creciente de la competencia en los mercados hace que la búsqueda de la lealtad del cliente sea uno de los objetivos prioritarios de cualquier organización preocupada por la innovación que ayude a conseguir mejores resultados empresariales, para lo que es clave el diseño de estrategias de fidelización que sean capaces de alinearse con los intereses de los consumidores. Sin duda, una buena gestión de los programas de fidelización de clientes dará a la empresa una ventaja competitiva, además de aportar información muy valiosa sobre los gustos, las actitudes y el comportamiento de los consumidores. Así, la gestión de un programa de fidelización desde un enfoque proactivo, apoyado en una correcta gestión de las bases de datos de clientes, se convertirá en un instrumento de gran valor. En esta obra, partiendo del concepto de lealtad, se expone la evolución de la estrategia de fidelización de clientes desde la orientación al mercado hasta el planteamiento 360 grados. En el libro se analizan los aspectos clave de los programas de fidelización de clientes (mecanismos de implantación, tipos y formatos; pos, etc.) y se estudia el papel de las bases de datos en la personalización de la oferta....



READ ONLINE
[8.53 MB]

Reviews

The best publication i actually study. We have study and that i am certain that i will likely to study once more again later on. Your daily life span will likely be transform the instant you total reading this book.

-- Mrs. Alene Leffler DVM

This is actually the finest pdf i have got study right up until now. It can be full of wisdom and knowledge Once you begin to read the book, it is extremely difficult to leave it before concluding.

-- Reese Morissette II