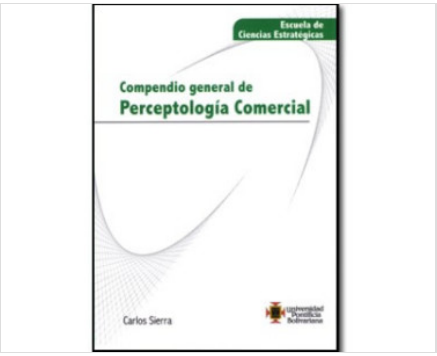
Compendio general de perceptología comercial



Autor

Carlos Sierra

Sinopsis

Si usted cree que por lo menos una de las siguientes afirmaciones es verdadera, se intuye que le llegó la hora de darse la oportunidad de vislumbrar una alternativa para realizar labores de mercadeo de su empresa: el cliente no siempre tiene la razón, lo más importante en la relación de negocios es el cliente, el servicio al cliente tiene como propósito ideal lograr la satisfacción total del cliente, es bueno que haya competencia para que los competidores mejoren, el objetivo de las empresas es ganar y el de los clientes se mejorar, es importante mantener la cuota o meta en la mente. Ella es un estimuló para el logro, hay que enamorarse del producto que se vende, es preferible buen servicio con mala atención a mal servicio con buena atención, prestar buen servicio es un gran negocio, un importante objetivo del negocio es incrementar la participación en el mercado, reservar la información y el conocimiento como fuentes de poder, el trabajo en equipo favorece el buen servicio alcliente, el buen equipo es el sustento de la empresa y los negocios deben ser gana-gana.La carencia de las enteriorers afirmaciones es claramente responsable de que las empresas se anquilosen y no progresen a mayores velocidades que las que hoy se alcanzan.

Impreso

Año de publicación: 2009

Presentación: Libro

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 258 Páginas

ISBN13: 9789586967419

$75.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

En este libro se plantea romper con esos paradigmas y se proponen nuevas formas de ejercer la actividad comercial, mejorando al individuo humano, a las empresas, a la sociedad y el mundo.La carencia de las enteriorers afirmaciones es claramente responsable de que las empresas se anquilosen y no progresen a mayores velocidades que las que hoy se alcanzan.En este libro se plantea romper con esos paradigmas y se proponen nuevas formas de ejercer la actividad comercial, mejorando al individuo humano, a las empresas, a la sociedad y el mundo.En este libro se plantea romper con esos paradigmas y se proponen nuevas formas de ejercer la actividad comercial, mejorando al individuo humano, a las empresas, a la sociedad y el mundo.



Sobre el autor

Carlos Sierra

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen