Kapital Cliente

La rentable gestión de clientes

Autor
Marta Lucía Restrepo Torres

Sinopsis

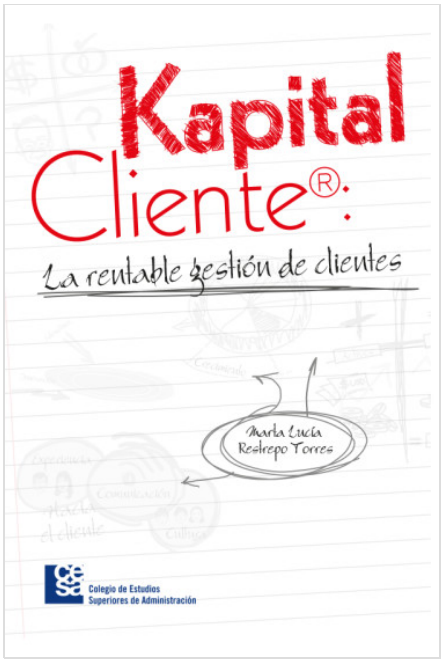
La estructura del documento inicia con la justificación del concepto Kapital Cliente, asociado especialmente a la comprensión del cliente como fundamento del adecuado desarrollo y sostenibilidad de la empresa. En este sentido, sin querer cosificar, se plantea que este se transforma en un recurso de altísimo valor para la empresa, lo cual implica una observación exigente del contexto social y económico, sumado al mundo individual desde el cual se experimenta como consumidor y se decide a favor de una u otra marca. En un segundo capítulo se plantea la perspectiva de los mercados, entendida como el escenario donde suceden los procesos de intercambio y generación de mutuos beneficios. En dicho capítulo se observa cómo las empresas establecen relación con los clientes en función directa con el mercado en el cual se mueven, ángulo que no puede ser desconocido dado el impacto de la estructura de los mercados en la relación consumidor-empresa.



Sobre el autor

Marta Lucía Restrepo Torres

País: ColombiaEmail: marta.



Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 278 Páginas

ISBN13: 9789588722825

$40.000 COP

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

restrepo@cesa.edu.coPerfil ProfesionalMagíster en Comunicación, con estudios en Alta Dirección del Inalde, experta en marketing y Comunicadora Social de la Universidad Javeriana. Perfil AcadémicoTiene Experiencia directiva de más de 20 años en empresas editoriales, de comunicación y el sector educativo. Paralelamente ha sido profesora universitaria desde hace 22 años en marketing e investigación aplicada, espacio en el que ha desarrollado métodos para la gestión de clientes y CRM, bajo el concepto Kapital Cliente). Ha publicado tres libros, más de 150 artículos en prensa y revistas especializadas sobre Kapital Cliente. Forma parte de la Red Iberoamericana de Mercadeo Relacional y CRM y desde hace catorce años dirige académicamente el Forum Latinoamericano de Mercadeo Relacional y CRM. Es Profesora asociada, investigadora y consultora del CESA. Su trabajo académico se ha presentado en Latinoamérica a través de cátedras como profesora invitada, consultoría, investigación aplicada y conferencias en foros internacionales.

E-Book

Año de publicación: 2015

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Tamaño: 7 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 278 Páginas

ISBN13: 9789588722832

$24.000 COP

IBD

Año de publicación: 2024

Presentación: Libro

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 278 Páginas

ISBN13: 9789588722825

$79.825 ARS



Palabras clave

Mercadeo; Gestión empresarial

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