Marketing de fidelización

Cómo obtener clientes satisfechos y leales, bajo una perspectiva latinoamericana



Autor

Alejandro Schnarch Kirberg

Sinopsis

El libro presenta y analiza, de manera práctica, clara y didáctica, las estrategias exitosas de atención, servicio y fidelización de clientes, revisando los diferentes enfoques y herramientas conceptuales y operativas para la implementación de procesos de mejoramiento en ese sentido, además de destacar este enfoque como una filosofía y estrategia tendiente a crear y fidelizar clientes, rentables y satisfechos, mediante una relación empresa – cliente, que se constituya en algo más que una simple transacción. Esta segunda edición, aumentada y mejorada, incluye aspectos teóricos y prácticos, además de talleres, reflexiones y ejercicios, está dirigida a estudiantes y profesionales de disciplinas afines a la administración e ingeniería; a empresarios, emprendedores y al público interesado en esta temática.

Impreso

Año de publicación: 2011

Presentación: Libro de tacto blando (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 144 Páginas

ISBN13: 9789586487429

$60.000 COP

AS

Sobre el autor

Alejandro Schnarch Kirberg

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

E-Book

Año de publicación: 2011

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 144 Páginas

ISBN13: 9789586489232

$29.900 COP

E-Book

Año de publicación: 2015

Presentación: EPUB (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 144 Páginas

ISBN13: 9789585081550

$29.900 COP



Palabras clave

Fidelización; Marketing; Atención al cliente; Servicio al cliente; Estrategias de marketing; Retención de clientes; Herramientas de fidelización; Marketing relacional; Lealtad del cliente

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