

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título: Marketing de Relaciones. Como Crear y Mantener un Vínculo Permanente

Autor:

Precio: \$380.00

Editorial:

Año: 1994

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788449300035

Hoy en día el marketing ya lo abarca todo. Ya no es posible considerarlo como algo aparte del desarrollo, la fabricación, la financiación y la venta de productos. Las compañías que aspiren a triunfar en el mundo de los negocios deben estar dispuestas a adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los clientes. Las ideas sobre publicidad, promoción y cuotas de mercado ya no tiene vigencia, afirma McKenna; lo que importa son las relaciones que una empresa establece con sus clientes, proveedores, asociados, distribuidores e incluso competidores. Estas nuevas relaciones representan un cambio fundamental en la función y el objetivo del marketing: de la manipulación del cliente a su participación real, de vender e informar a comunicarse e intercambiar conocimientos, de compartir mercados a crear -junto con el cliente- nuevos mercados.

Al definir la empresa impulsada por el mercado, McKenna arroja nueva luz sobre el dinamismo en los negocios, el diálogo con el cliente y la investigación cualitativa, conceptos que ha ido desarrollando durante sus treinta años en la profesión.

Marketing de relaciones está condimentado con ejemplos constantes sobre diversas compañías, así como sobre las más importantes empresas actuales de alta tecnología. También contiene un test de marketing, un agudo análisis de las razones por las que triunfan o fracasan las empresas, y sorprendentes notas necrológicas sobre las funciones tradicionales de la publicidad y las ventas, que están siendo transformadas por la tecnología.

El mundo ferozmente competitivo de hoy en día, una empresa que se ajuste al modelo tradicional no tiene posibilidades de sobrevivir. Con el fin de subsanar esto, Regis McKenna nos brinda en este libro una nueva clase de marketing para el nuevo siglo.