Título:

Autor: **Precio:** $431.00

Editorial: **Año:** 2009

Tema: **Edición:** 5ª

Sinopsis **ISBN:** 9789701072776

Texto que aborda la importancia y la relevancia que tienen hoy en día las empresas dedicadas a los servicios, y en las que se ubica una parte estratégica para crear una ventaja competitiva que retenga a los clientes.

Puntos Clave
¿ Manejo de las últimas tendencias en servicios y su integración en la estrategia de las empresas. ¿ Dos casos nuevos desarrollados: Jet Blue (línea de bajo costo) y Caterpillar (enfoque hacia servicios empresariales). ¿ Ligas de internet que permiten la práctica.

Tabla de Contenidos
1. Introducción a los servicios, 2. Comportamiento del cliente en servicios, 3. Expectativas de servicios de los clientes, 4. La percepción del servicio del cliente, 5. La investigación de mercados para comprender las expectativas y percepciones del cliente, 6. Construir la relación con los clientes, 7. Recuperación del servicio, 8. Diseño y desarrollo de servicios, 9. Estándares de servicio definidos por los clientes, 10. Diseño de ambiente físico y evidencia física, 11. El papel de los empleados en la entrega del servicio, 12. El papel del cliente en la entrega del servicio, 13. Entrega del servicio a través de intermediarios y canales electrónicos, 14. Administración de la demanda y control de la capacidad, 15. Integración de la comunicación en el marketing de servicios, 16. Estrategias de precio en servicios, 17. El efecto económico y financiero del servicio, 18. Modelo integral de las brechas en el servicio.