Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor: **Precio:** Desconocido

Editorial: **Año:** 2011

Tema: **Edición:** 2ª

Sinopsis **ISBN:** 9788473567954

Marketing directo e interactivo, 2ª edición es el manual de referencia para profesionales y para estudiantes que estábamos esperando en este campo actual y fundamental del marketing actual y del futuro. A la garantía de su anterior libro como manual de referencia en marketing directo e interactivo en España, ahora añade la explotación de las redes sociales, el marketing móvil y el marketing viral, con una estructuración muy clara y con ejemplos de máxima actualidad. Profundiza en las bases necesarias para el éxito, como guía útil de cómo captar y cultivar clientes con campañas eficaces y funcionamiento impecable de la empresa.

«Este gran Maestro nos cuenta en su libro ?La esencia?, lo que hay que aplicar en el día a día en cada una de nuestras empresas. Si estás leyendo este libro, ¡Enhorabuena!, has elegido bien, porque el presente y el futuro del marketing van por aquí».
Elena Gómez
Presidenta de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital)

«Como buen gurú, ha sabido ver el presente e interpretar el futuro con un gran sentido común».
Ricardo Goizueta
Director general de comercio electrónico y venta a distancia de El Corte Inglés

El autor: Presidente de Marketingcom, agencia consultora en marketing y ventas con oficinas en Barcelona, Madrid y Lisboa. Reconocida por su metodología de Clientización© y Visión Cliente©.
Reconocido como uno de los máximos expertos en su especialidad, articulista reputado y conferenciante de prestigio internacional. Ha asesorado a empresas punteras en la definición e implantación de estrategias de marketing relacional en todo tipo de sectores. Entre otras marcas, destacan Almirall, Bayer, BBVA, Cortefiel Direct Seguros, Endesa, Fagor, Fortuna, IBM, Kellogg?s, Nissan, Pyrénées, Renault, Rumbo, Vodafone, y Wolters Kluwer.

Índice:

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx

Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Parte A: Introducción y contexto.- Marketing directo e interactivo, con el cliente, al poder.- Estrategia y marketing directo.- Parte B: Las variables básicas.- Creación y explotación de bases de datos.- La oferta.- Creatividad.- Los medios y el marketing directo.- Parte C: Generación de la comunicación más eficaz en cada medio.- Campañas por correo.- Generación de respuesta en medios impresos.- Medios electrónicos clásicos.-Campañas de telemarketing.- Parte D: Construcción y desarrollo de un web site de éxito.- Generación de tráfico on line al web site.- Emailing. Explotación eficaz del correo electrónico.- El marketing viral.- Marketing con redes sociales.- Marketing móvil.- El comercio electrónico.- Parte E: Análisis económico y financiero en marketing directo.- Tests.- Parte F:Fulfillment y servicio al cliente eficaz.- Plan integrado de captación al cultivo eficaz de clientes.- Recursos de referencia.

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx