

ada por:

Coca-Cola



M. CATÓLICA CIA

DK LE

DEX

Irres portivos

ising

tival

ile val

SUELA SUPERIOR DE PUBLICIDAD

ración

oria a idad



Nadie, como no sea la Casa de la Moneda, puede hacer dinero sin publicidad (Thomas Macalay)

BUSCAR



ESP

Filtrar por año 2015 Filtrar por mes IR

Blog

Presentación

Centro de Documentación Publicitaria

Desde un principio

Historia de las marcas

Agencias históricas

Protagonistas

Arqueolobranding

Amigos de la Historia de la Publicidad

50 spots en 50 años

Grand Prix de Cannes

Biocontacto

¡EXTRA, EXTRA!

Las marcas financieras necesitan mejorar la gestión de sus campañas de captación online »

JCDecaux ya lidera la publicidad exterior africana »

Últimos ganadores en #CannesLions »

Nueva publicación de Esic Editorial: Los 100 errores de la experiencia de cliente

Por Juan Carlos Alcaide

Las decisiones que tomamos como consumidores se basan en la experiencia percibida. Cada contacto, cada interacción que vive un cliente, crea o destruye nuestra marca, condiciona su comportamiento de compra y el de buena parte de su red de contactos. Las reglas de juego han cambiado, la posición dominante de las marcas sobre los clientes está desapareciendo. Hay que adaptarse a esta nueva realidad antes de que nos obligue la caída de los márgenes. (Del prólogo de Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC)

Madrid, junio de 2015. Trabajar en Experiencia de Cliente no tiene que ver con la bondad del ser humano. Es obvio que a todos nos gusta hacer feliz a la gente, pero no suele ser nuestro trabajo. Sin embargo, si la felicidad del cliente se torna en rentabilidad: ¡ese sí es nuestro trabajo! Y es que, según todos los estudios e investigaciones, hay una correlación, casi perfecta y positiva, entre invertir en Experiencia de Cliente y la rentabilidad empresarial.

En este libro se han analizado los errores más comunes en la Experiencia de Cliente y Gestión del Servicio, planteando soluciones preventivas que eviten dichos problemas, dichos errores.

Se ha intentado hacer un libro innovador, desde el punto de vista gráfico y del continente. Es una obra que se puede leer, de forma complementaria, haciendo uso de los materiales existentes en la web www.100erroresexperienciacleinte.com y que se completa con vídeos, a modo de píldoras breves y concisas. Todo con un enfoque pragmático que parte del concepto de la rentabilidad de la Experiencia.

A lo largo de la obra encontrarás soluciones para:

- Mejorar la organización del servicio.
- Gestionar mejor la experiencia del cliente.
- Gestionar las relaciones con los clientes y la comunicación.
- Mejorar la experiencia del cliente durante la venta.
- Gestionar, por supuesto, la Atención al Cliente.

El texto que tienes en las manos es el resultado de 25 años de carrera profesional en Experiencia de Cliente en empresas punteras del sector servicios, y de entrevistas en profundidad realizadas a destacados profesionales del Servicio al Cliente.

Es rentable prevenir los errores en Experiencia de Cliente.

ISBN: 9788415986874

Nº de págs.:189

Precio: 18 €

Foto portada del libro en formato digital en alta resolución y más información:

Paloma Remírez de Esparza

ESIC Editorial

91.452.41.33 | paloma.remirez@esic.es

ESIC Editorial dona un ejemplar de esta publicación al **Centro de Documentación Publicitaria** de lahistoriadelpublicidad.com



Nuevo Centro de Documentación Publicitaria

¡Descúbrelo!



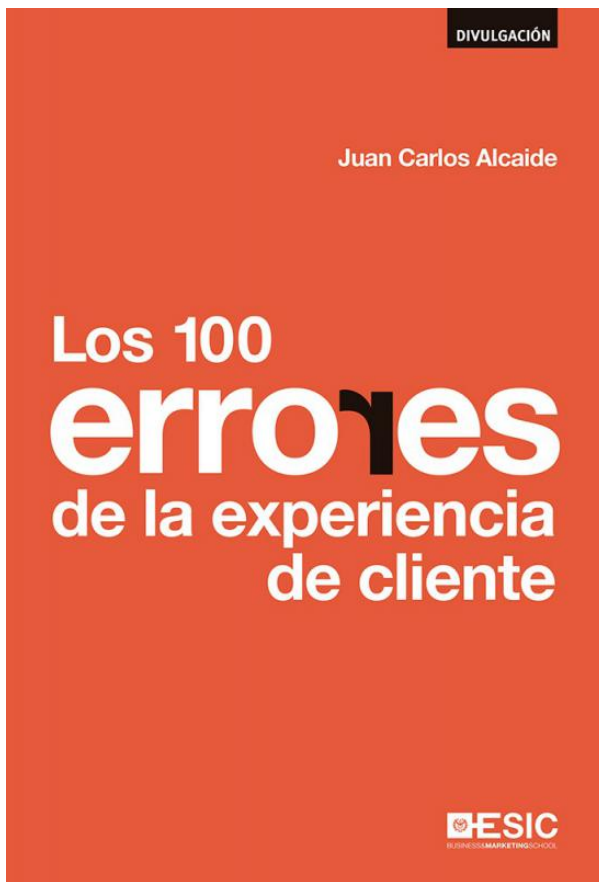
Paperboy patrocinado por:

el publicista

Ric arte
PREMIO NACIONAL de CREATIVIDAD JOSÉ MARÍA RICARTE

lahistoriadelpublicidad.com colabora con:





Comparte este artículo: [f](#) [t](#)

Fecha: 05/07/15 || [« Volver al Blog](#)

No existen comentarios para esta noticia.

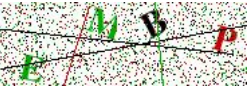
Añadir Comentario

Nombre

Email No se mostrará en el Blog

Título Opcional

Descripción

Código validación 

5 x 4 =

Web bajo licencia Creative Commons. Se permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las condiciones de Reconocimiento y Sin obras derivadas
© La historia de la publicidad contada desde un principio 2007 - Aviso Legal - Créditos