

interactive

estrategias

CONTROL
Publicidad

aditud tv

Quiero estar al día

Formación
Profesionales
Anunciantes
Campañas
Informes y Estudios
Cuentas
Agencias
Productos
Asociaciones
Premios y Festivales

Quiero profundizar en...

Quiero opiniones

Tenía que haber ido

Quiero viajar al pasado

Quiero la revista!

Mayo de 2009



- Sumario

Grupo Control | Contacto

NUEVOS CURSOS PRÁCTICOS
En SÓLO 8 HORAS de duración
CLAVES PARA MEDIR, APRENDER Y OPTIMIZAR

Quiero opiniones / Libros



14/05/2009, 13:16h. Leído 2 veces

Los cien errores del CRM

El último libro de Pedro Reinares aborda el marketing relacional mostrando casos reales de empresas que han fallado al establecer procesos de relación con sus clientes



La cotidianidad de los ejemplos apoya explícitamente las principales limitaciones de las empresas españolas al aplicar procesos de fidelización.

Hasta ahora sus beneficios teóricos se presentaban como situaciones idílicas con un final feliz protagonizado por la empresa y sus consumidores. El objetivo es sintetizar de una forma sencilla, apoyado en situaciones cotidianas, al alcance de cualquier lector con inquietud hacia el área de marketing, los **mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones**.

El valor añadido de Los 100 errores del CRM es buscar lecciones en los procesos fallidos, pues es más constructivo aprender de los errores (más habituales en una estrategia novedosa) por la lección que supone enfrentar al lector con casos por desgracia tan comunes que difícilmente no se reconocerá en ellos.

Pedro Reinares es licenciado en Publicidad Doctor en Ciencias Económicas y Master en Marketing Estratégico. Desde 1992 es profesor en distintas universidades españolas. Paralelamente, realiza proyectos de investigación, consultoría y formación in company en la empresa. Autor de varios libros, viaja a países de América Latina como consultor y ponente de organismos públicos.

FICHA TÉCNICA:

Autor: Pedro Reinares
Editorial: ESIC Editorial
Páginas: 202
Precio: 14 euros



Artículos relacionados



La radio es, junto a internet y exterior, el único medio que ha crecido en audiencia en 2009 según el EGM

Mass Media presenta dos informes sobre radio y radio en internet con los datos de la 1ª ola de 2009 del EGM

Comentarios: 0 Me gusta: 0



Burn recorre las universidades españolas proponiendo experiencias de riesgo

La agencia Mil vueltas acerca el bungee jumping y el looping bike a los universitarios en el evento itinerante Burn-Burn Day

Comentarios: 0 Me gusta: 220



Quando el marketing se basa en la ciencia

Con la crisis, los departamentos de comunicación y marketing buscan respaldar sus inversiones con cifras sólidas. Entrevistamos a Paula Fernández, directora de Brand Science

Comentarios: 0 Me gusta: 13

Registro

Email

Contraseña

Olvidé mi contraseña

Nuevos usuarios

ENVIAR DATOS >>>

Buscador

BUSCA EN ESTRATEGIAS >>>

Servicios

Agenda
Anúnciate
Bolsa de Empleo
Enlaces
Directorio
Noticias RSS
Tienda Grupo Control

Boletín

Suscríbete a nuestro boletín de noticias

SUSCRIBIRSE >>>

Tags

Encadenadas adidas aimc aniversario barcelona bassat ogilvy brainstant_soup burger king c de c campaña cannes coca cola coca-cola concurso contrapunto cp proximity creatividad crisis cuatro d6 dommo creative center el sol estudio evento eventos exterior facebook fecdem festival google grey havas media iab ikea interbrand internet jodecaux jurado jvt la despensa libro madrid marketing marketing directo matchpoint medicus spain medios metro microsoft movistar mpg mrm worldwide mtv n/d nokia ong online orange packaging patrocinio pepsi premios promocion publicidad publicis dialog radio remo d6 rsc san miguel shackleton sony ericsson street marketing tapsa tdt telecinco tiempo bbdo uncommon universal mccann vocento vodafone web web 2.0 weber shandwick wpp wunderman yahoo! ymedia youtube zenithmedia rbital

2000 2001 2002
2003 2004 2005 2008
2009

valoración global (debe [registrarse como usuario](#) para poder votar):

 0  2

