



Los 100 errores del CRM. Mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones

Autor: Pedro Reinares.

Editorial: Esic Editorial. Madrid, 2005.
180 páginas.

El autor, doctor en Ciencias Económicas y Empresariales y máster en Marketing Estratégico, aborda en este libro los principios fundamentales del marketing relacional desde un punto de vista distinto: los errores que cometen las empresas al establecer los procesos de relación con sus clientes. Tal y como dice Reinares en el prólogo: "El objetivo de *Los cien errores del CRM* queda definido en su subtítulo: sintetizar de forma sencilla, apoyado con situaciones cotidianas, al alcance de cualquier lector con inquietud hacia el área de marketing, los 'mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones'. Un compendio de situaciones reales de empresas que operan en el mercado español y que ilustran a la perfección lo que se debe evitar al emprender un programa de CRM.

