

Los cien errores del CRM: Mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones

Este libro aborda los principios fundamentales del marketing relacional con un planteamiento innovador: describir cómo las empresas fallan al establecer procesos de relación adecuados con sus clientes ¡que se equivoquen otros!

La cotidianidad de los ejemplos, que despertará la complicitad del lector, 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 inolvidable 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....