

Nuevo Viernes - Nuevo Libro

Nace con la misión de ayudar mediante la lectura de libros de management a difundir nuevas técnicas y conocimientos teórico-prácticos que puedan ayudar a la mejora continua en la gestión de las pymes, tanto a directivos como a profesionales, para hacer frente a los nuevos retos con más recursos. Con el objetivo y los valores de recomendar siempre libros que yo hubiese leído antes y supiese a fondo que realmente servirían de ayuda.

miércoles 30 de junio de 2010

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Estimados amig@s:

“Si sus competidores están haciendo las mismas cosas que usted hace (y usualmente es así), el producto y el precio no le darán a su empresa una ventaja competitiva sosteniblemente perdurable. Pero si usted logra una ventaja en la forma en que los clientes “sienten” respecto a su empresa y desarrolla una relación más sólida con sus clientes, alcanzará una ventaja sostenible en el largo plazo.”

Thompson, Bob



Sinopsis:

La calidad ya no se limita a cumplir con unos atributos o beneficios básicos de un producto o servicio (que se consideran naturales). No es tanto el QUÉ se cede a cambio de un precio, sino el CÓMO se entrega, lo que influye en la percepción de valor.

La fidelización de clientes se ha convertido en los últimos años en una quimera y en una utopía, de la que todo el mundo habla, pero pocos la han visto.

Y sin embargo, existe. Algunas empresas han logrado recurrencia de sus clientes, vía satisfacción y enriquecimiento emocional de la relación. Menos puntos, más cariño y emociones. Esa parece haber sido la moraleja que nos ha enseñado el mercado en los últimos años.

Calidad, calidez y precio justo. Experiencias dignas de ser contadas. Empleados fieles. CRM adecuado y segmentación con base tecnológica. ¿Qué es en realidad lo que influye de verdad en la fidelización de la clientela? Todos esos aspectos se analizan de forma minuciosa en este libro de Juan Carlos Alcaide.

Un texto muy didáctico, donde se sigue un mismo esquema en todos los