



- [Inicio](#)
- [Tech](#)
- [Programas](#)
- [patrocinio](#)
- [naming](#)
- [Multimedia](#)
- [marketing online y digital](#)
- [marketing directo o promocional](#)
- [Formación](#)
- [Eventos](#)
- [Entrevistas](#)
- [Empleo](#)
- [creatividad](#)
- [Consumerismo](#)
- [Concursos](#)
- [branding](#)
- [branded content](#)
- [Blogs](#)
- [Anunciantes](#)
- [Agencias](#)

ESIC Edita "Marketing Industrial. Cómo Orientar La Gestión Comercial A La Relación Rentable Y Duradera Con El Cliente".

Por:

| 3 octubre, 2012 | En: [Archivo](#) [Nombramientos](#), [Convocatorias](#) y [Adjudicaciones](#) [Noticias](#)



Like 0 [Twitter](#) 0 0

Se trata de Marketing industrial. Cómo orientar la gestión comercial a la relación rentable y duradera con el cliente, de Mikel Mesonero y Juan Carlos Alcaide. El marketing entre empresas es un gran desconocido, por lo que el libro aborda del marketing estratégico al operativo, incluyendo los sistemas de información para el marketing, la gestión estratégica de la marca, la oferta industrial y algo tan crucial en el B2B como es la fuerza de ventas y la red de distribución. Si entendemos por Marketing Industrial, aquél que se desarrolla entre empresas, el que hemos llamado Business to Business (B2B), ¡todos los mercados son industriales! En todos los mercados hay compra de materias primas, servicios implicados en la producción, gestión de proveedores y gestión de canales.

Si hablamos de un mercado cualquiera, que se considera de consumo, ¡también es industrial! Hay relación de un fabricante que vende a uno o varios distribuidores y sólo al final de la cadena hay consumidores finales. Todos los mercados son pues, industriales, en algún momento, en alguna fase. Sin embargo, en el estudio del Marketing, en la bibliografía española de Marketing y ventas, el Marketing industrial es el gran olvidado. Así en este libro, se encontrarán ideas prácticas y aplicables para lograr orientar la gestión comercial a la relación rentable y duradera con el cliente. En el libro se analizan, en un tono didáctico pero profundo, basado en experiencias reales, los aspectos clave de la gestión del Marketing, tanto del Marketing Estratégico, como del Marketing Operativo:

- Como planificar mejor el Marketing de la empresa industrial.
- Como utilizar y/o utilizar mejor el CRM en la empresa industrial.
- Como gestionar las relaciones y la fidelización.
- Como mejorar la asistencia técnica y convertirla en un factor clave de fidelización y relaciones.
- Como manejar la segmentación, el posicionamiento y la comunicación en el entorno competitivo.
- Como competir, en definitiva, en un entorno difícil y globalizado.

Los profesores Mesonero y Alcaide tienen gran experiencia en Marketing Industrial. El profesor Mesonero une a su bagaje académico en la Universidad de Mondragón (en un entorno industrial paradigmático del País Vasco), su experiencia en trabajos diversos para la industrial del País Vasco. Alcaide, en su caso, ha realizado asesorías y consultorías, amén de programas formativos en más de una docena de empresas españolas líderes en sus subsectores y pertenecientes al mundo del Marketing empresa a empresa o B2B. Con la lectura de este libro se obtendrá ideas aplicables en la empresa en la relación con clientes y proveedores y será de gran ayuda para

Popular	Nuevos	Comentarios	Tags
2012	agencia	agencias	
Antena 3	anunciantes		
branded content	campana	clientes	
Coca-Cola	comunicación	creación	
creatividad	domingo	España	
estrategia	estrena	Facebook	
Google	Havas Media	internet	
lanza	libro	lidera	Madrid
marca.	marcas	marketing	
marketing deportivo	marketing mobile		
medios	Microsoft	Minuto de Oro	
negocio	neuromarketing		
nueva campana	online	patrocinio	
programa de la publicidad	publicidad		
publicitaria	radio	Social Media.	
Spot de Oro	Telefonica	televisión	

Video Del Día

El Programa De La Publicidad