

DEC edita el manual 'La experiencia de cliente rentable'

MARKETING

0 = NO HAY COMENTARIOS 13/09/2017 01:50



Cada vez más decisiva en las **estrategias de marketing**, la experiencia de cliente es el recuerdo que se genera en la mente del consumidor como consecuencia de su relación con las marcas. Dirigido a directivos, profesionales y estudiantes, este manual ofrece una metodología basada en cinco aspectos clave (identidad, impulso, involucración, interacción y acción) para impulsar organizaciones customer centric.

Fue a principios de la década pasada cuando se comenzó a vislumbrar el hecho de que la decisión previa y posterior de la compra incorporaba **componentes emotivos y relacionales**, de forma que la relación con el cliente no tenía que apoyarse exclusivamente en el producto, sino en la percepción que se tenía del mismo. Desde entonces, algunas compañías como Starbucks, Apple, Harley Davidson, Virgin, Nespresso, Havaianas, Bloomingdale's o Amazon han basado su éxito empresarial en

establecer una conexión diferente con sus clientes actuales y futuros.

El manual editado por DEC (Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente) ha sido elaborado de forma colaborativa con las **aportaciones de profesionales españoles e internacionales**, todos ellos expertos en implementar estrategias de marketing 100% customer centric.

El texto está a la venta en Amazon.

Buscador de noticias...



NUESTRA REVISTA



Suscríbete

Acceso premium a KyM

Contenidos nº actual

AGENCIAS 2017