



Los 100 errores de la experiencia de cliente /

Alcaide, Juan Carlos

ESIC,
D. L. 2015.

Monografía

Las decisiones que tomamos como consumidores se basan en la experiencia percibida. Cada interacción que vive un cliente, crea o destruye nuestra marca, condiciona su comportamiento de compra y el de buena parte de su red de contactos. Las reglas de juego han cambiado, la posición dominante de las marcas sobre los clientes está desapareciendo. Hay que adaptarse a esta nueva realidad antes de que nos obligue la caída de los márgenes.

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMTYzMzk1MTY>

Título: Los 100 errores de la experiencia de cliente Juan Carlos Alcaide.

Editorial: Pozuelo de Alarcón (Madrid) ESIC D. L. 2015.

Descripción física: 189 p. il., fot. col. 22 cm

Variantes del título: Los cien errores de la experiencia cliente

Mención de serie: Divulgación (ESIC)

ISBN: 978-84-15986-87-4

Materia: Servicio al cliente Satisfacción del cliente Fidelización del cliente Beneficios empresariales Marketing relacional

Entidades: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es