



Marketing para las empresas de servicios profesionales /

Alcaide, Juan Carlos

Ediciones Pirámide,
2019.

Monografía

Muchos son los profesionales del servicio que pueden y deben aplicar la lógica del marketing de servicios profesionales para atraer, vender, lograr experiencias positivas y dignas de ser contadas, y fidelizar y retener a clientes rentables. La valoración de los servicios profesionales habla del nivel de un país y es reflejo fiel de su estatus y de sus potencialidades. Por ello, el sector requiere profesionales con un comportamiento moral y ético, con criterio y formación, verdaderos expertos en lo que venden, independientes, imparciales y capaces de soportar la presión de los clientes hiperexigentes para que les den una solución o un dictamen predeterminados.

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjlyNTc1ODE>

Título: Marketing para las empresas de servicios profesionales Juan Carlos Alcaide Casado, Juan Andrés Avilés, Raúl Hernández ; Cristina Almarza (coord. y col.).

Editorial: Madrid Ediciones Pirámide 2019.

Descripción física: 211 p. il. 23 cm

Mención de serie: Empresa y gestión

ISBN: 978-84-368-4056-8

Materia: Marketing 5V.3. Empresas de servicios 5T.8.

Autores: Avilés, Juan Andrés Hernández, Raúl Almarza, Cristina

Baratz Innovación Documental

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