

(Free) Marketing directo e interactivo. Campa ntilde;as efectivas con sus clientes (Libros profesionales) (Spanish Edition)

## Marketing directo e interactivo. Campa ntilde;as efectivas con sus clientes (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Josep Alet

ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



READ ONLINE

#1549519 in eBooks 2007-01-01 2015-09-15 File Name: B015EQICVS | File size: 15.Mb

**Josep Alet : Marketing directo e interactivo. Campa ntilde;as efectivas con sus clientes (Libros profesionales) (Spanish Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing directo e interactivo. Campa ntilde;as efectivas con sus clientes (Libros profesionales) (Spanish Edition):

0 of 0 people found the following review helpful. Five StarsBy Yuderca D.This e-book has chapter very importants.

Marketing directo e interactivo, 2ordf; edicioacute;n es el manual de referencia para profesionales y para estudiantes

que esta actual; estamos esperando en este campo actual y fundamental del marketing actual y del futuro. A la garantía; de su anterior libro como manual de referencia en marketing directo e interactivo en España; ahora actual; de la explotación; de las redes sociales, el marketing móvil y el marketing viral, con una estructuración; muy clara y con ejemplos de máxima actualidad. Profundiza en las bases necesarias para el éxito, como guía; de cómo captar y cultivar clientes con campañas; eficaces y funcionamiento impecable de la empresa. Este gran Maestro nos cuenta en su libro 'La esencia', lo que hay que aplicar en el día; a día; en cada una de nuestras empresas. Si estás leyendo este libro, ¡Enhorabuena!, has elegido bien, porque el presente y el futuro del marketing van por aquí; Elena Goetz; Presidenta de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital); Como buen gurú; ha sabido ver el presente e interpretar el futuro con un gran sentido común; Ricardo Goizueta Director general de comercio electrónico y venta a distancia de El Corte Inglés; El autor: Presidente de Marketingcom, agencia consultora en marketing y ventas con oficinas en Barcelona, Madrid y Lisboa. Reconocida por su metodología de Clientización; y Visión Clientes; Reconocido como uno de los máximos expertos en su especialidad, articulista reputado y conferenciante de prestigio internacional. Ha asesorado a empresas punteras en la definición e implementación de estrategias de marketing relacional en todo tipo de sectores. Entre otras marcas, destacan Almirall, Bayer, BBVA, Cortefiel Direct Seguros, Endesa, Fagor, Fortuna, IBM, Kellogg's, Nissan, Pyrenees, Renault, Rumbo, Vodafone, y Wolters Kluwer. Índice: Parte A: Introducción y contexto.- Marketing directo e interactivo, con el cliente, al poder.- Estrategia y marketing directo.- Parte B: Las variables básicas.- Creación y explotación de bases de datos.- La oferta.- Creatividad.- Los medios y el marketing directo.- Parte C: Generación de la comunicación; eficaz en cada medio.- Campañas por correo.- Generación de respuesta en medios impresos.- Medios electrónicos clásicos.- Campañas de telemarketing.- Parte D: Construcción y desarrollo de un web site de éxito.- Generación de tráfico on line al web site.- Emailing. Explotación eficaz del correo electrónico.- El marketing viral.- Marketing con redes sociales.- Marketing móvil.- El comercio electrónico.- Parte E: Análisis económico y financiero en marketing directo.- Tests.- Parte F: Fulfillment y servicio al cliente eficaz.- Plan integrado de captación al cultivo eficaz de clientes.- Recursos de referencia.