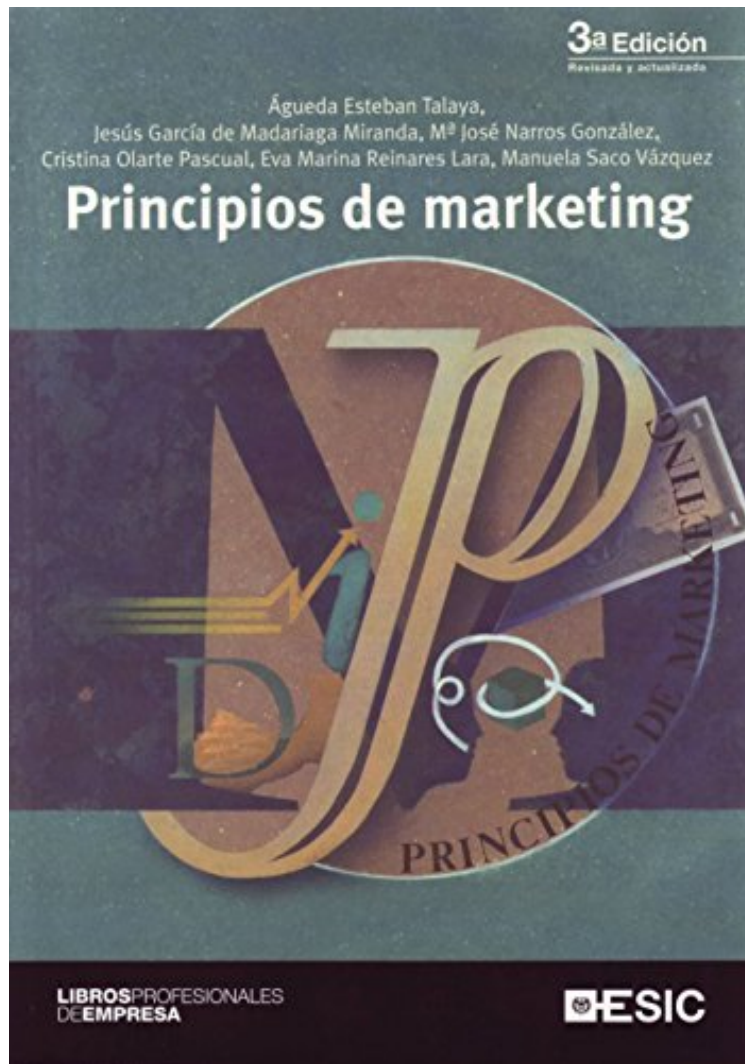


[Mobile ebook] Principios de marketing (Spanish Edition)

Principios de marketing (Spanish Edition)

Águeda Esteban Talaya
audiobook | *ebooks | Download PDF | ePub | DOC



[Download](#)

[Read Online](#)

#2290080 in eBooks 2008-10-27 2014-11-12 File Name: B00PJ1ZKNC | File size: 70.Mb

Águeda Esteban Talaya : Principios de marketing (Spanish Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Principios de marketing (Spanish Edition):

0 of 0 people found the following review helpful. La descarga fue inmediata y el formato funciona bien. ...By SOPHIA GUTILa descarga fue inmediata y el formato funciona bien. Es una pena que no existe en versioacute;n papel maacute;s econoacute;mico ;) pero en general el servicio muy bueno.Gracias

La nueva edicioacute;n de Principios de Marketing realiza un amplio recorrido por la moderna concepcioacute;n del marketing desde una perspectiva tanto estrateacute;gica como operativa.Este libro aporta, a diferencia de otras obras de marketing, la posibilidad de acercarse a los nuevos meacute;todos en la gestioacute;n de clientes y a los

instrumentos actuales de comercialización que aplican las empresas en la realidad. ¿Qué es el valor del tiempo de vida del cliente para la empresa? ¿Cómo se coordinan las acciones de cross-selling y up-selling en la gestión del valor del cliente? ¿Cuál es la principal causa de fracaso en la implementación de la estrategia de relaciones con los clientes CRM? ¿Qué tendencias actuales influyen sobre el comportamiento de compra de los consumidores? ¿Qué variables y medidas integran los sistemas de control de las acciones de marketing que puede implantar la empresa? ¿Cuáles son los principales servicios de información electrónicos a disposición de las empresas en la actualidad? ¿Qué reglas hay que seguir para obtener el éxito en el lanzamiento de nuevos productos al mercado? ¿Cuáles son los principales instrumentos para aumentar la rotación y rentabilidad de los productos en el punto de venta? ¿Qué principales formas de publicidad no convencional en televisión utilizan las empresas? En este texto el lector encontrará respuesta a estas y muchas otras preguntas, además de una gran cantidad de ejemplos, ilustraciones y esquemas que facilitan la comprensión y aplicación. Un libro leído tanto para el aprendizaje de estudiantes como para la consulta del profesional de marketing. Autores: Eugenia Esteban Talaya, Jesús García de Madariaga, Mordf; Jose Narros González, Cristina Olarte Pascual, Eva Marina Reinares Lara, Manuela Saco Vázquez. NDICEMarketing: funciones y entorno Mercado y demanda en marketing Planificación y organización de marketing Información e investigación de marketing Producto Distribución comercial Comunicación comercial