CRM

Customer Relationship Management

Gestão do Relacionamento com o Cliente
e a Competitividade Empresarial

novatec

Luiz Claudio Zenone

Resumo de CRM. Customer Relationship Management

A famosa “arte de manter o cliente satisfeito” está fazendo com que as empresas modifiquem totalmente o relacionamento com seus clientes, fornecedores, parceiros, formadores de opinião e acionistas, a fim de atender as expectativas de cada um desses elementos que formam o ambiente de negócios da empresa (stakeholders).

Esta é a razão de ser do Customer Relationship Management (CRM): uma união dos avanços da tecnologia que permite analisar e avaliar a base de dados com vistas para o marketing, possibilitando entender as necessidades do mercado e proporcionar, a partir de ações diretas, o valor agregado necessário para que o relacionamento se torne de longo prazo.

Este livro aborda questões fundamentais sobre como conquistar a eficiência na gestão do relacionamento com o cliente; é uma leitura essencial para profissionais, estudantes, pesquisadores, acadêmicos e todos aqueles que desejam desenvolver ou atualizar seus conhecimentos em marketing.

Acesse aqui a versão completa deste livro