ROBERTO MADRUGA

Guia de Implementação de Marketing de Relacionamento e CRM

O que e como todas as empresas brasileiras devem fazer para conquistar, reter e encantar seus clientes

CONQUIST
EDUCAÇÃO CORPORATIVA • CONSULTORIA • PESQUISA

Autor homenageado com o Prêmio ABT 2007 com o livro Gestão Moderna de Call Center & Telemarketing e Prêmio Nacional de Telesserviços 2009 com o livro Call Centers de Alta Performance

Autor eleito Personalidade do ano de 2010 pela Revista Cliente S.A.

2ª Edição

editora atlas

Resumo de Guia de Implementação de Marketing de Relacionamento e CRM

Este livro vem suprir a carência de publicações em língua portuguesa a respeito do tema gestão do relacionamento com clientes. Portanto, é uma obra inédita no Brasil por unir o Customer Relationship Management (CRM) ao marketing de relacionamento.

O texto baseia-se na experiência do autor de mais de 15 anos - como consultor, executivo e professor- em implementar projetos de marketing em geral, CRM, marketing direto, marketing de relacionamento, call centers, força de vendas, lojas e serviços a clientes.

Ensina como as empresas podem criar valor para seus clientes, fidelizá-los e aumentar os lucros. Trata de um tema atual e contemporâneo englobando desde a sua origem, estratégias bem-sucedidas, implementação, capacitação, formação de projeto, estratégias de relacionamento e agregação de valor.

Os casos e projetos de sucesso não só no Brasil como também no exterior na gestão do relacionamento com clientes estão presentes no livro. Definitivamente, é uma obra que inclui anos de pesquisa e alta dose de experiência de um dos mais respeitados nomes brasileiros da área.

Acesse aqui a versão completa deste livro