

(Free) Customer Experience (Spanish Edition)

Customer Experience (Spanish Edition)

Soraia EL KUTBY

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC

"Soraia Kutby ha escrito un poderoso libro acerca de los principios y la práctica de CX. Usando anécdotas extraídas de su larga trayectoria asesorando a importantes compañías, describe de forma apasionada el lucrativo mundo que se presenta a las empresas que se comprometen a conocer y a servir a sus clientes. La lectura de este libro ya será un gran retorno de su inversión inicial en CX".
Stuart Brody, International Speaker, Founder & CEO of www.integrityintensive.com

Customer Experience:

La poderosa clave para impulsar sus ventas

Una guía para entender cómo este importante concepto está cambiando todo



SORAIA EL KUTBY

 Alfaomega

 Download

 Read Online

#2534901 in eBooks 2016-06-23 File Name: B01HIJK3SY | File size: 31.Mb

Soraia EL KUTBY : Customer Experience (Spanish Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Customer Experience (Spanish Edition):

En la actualidad son incontables las corporaciones que han alcanzado un alto nivel de ventas, ya sea de alcance mundial o nacional, a través de la elaboración de productos o prestación de servicios excepcionales que destacan entre la competencia; sin embargo, no todas han tenido la fortuna de mantener los estándares de

excelencia de origen tanto en su producto como en su atención al cliente y han visto sus esfuerzos reducidos a negocios en quiebra. Uno de los principales factores que intervienen en estas situaciones es el olvido al que se ve destinado el consumidor, pues, para infortunio de ejecutivos de mercadotecnia, suele omitirse que es este quien tiene el poder de compra. Principalmente enfocado en incrementar las ventas de toda compañía que lo requiera, el presente libro tiene como objetivo mejorar el conocimiento del cliente, recordando que el objetivo principal consiste no solo en mitigar sus necesidades, sino en escuchar su voz frente al servicio prestado, tomar en cuenta sus opiniones y crear una cercanía tal que trascienda el consumo ocasional o esporádico y que desemboque en una lealtad hacia la compañía. La obra parte del hecho de que cualquier cliente genera una experiencia al seleccionar, comparar productos, tanto de manera física como virtual, incluso si no llega a realizar la compra. Dicho ejercicio es una operación que ocurre al interior del consumidor al pensar si el producto o servicio le ofrece o no lo que busca, que necesidades ve satisfechas y a partir de esto decide si hará trato o no con la empresa, definiendo así su futuro. El lector encontrará a lo largo de nueve capítulos una variedad de casos reales en los cuales la experiencia del consumidor es sustancial para alcanzar el éxito; además conocerá la evolución del Customer Relationship Management (CRM), enfoque que fracasó por su falta de estrategia y la dependencia que representaba a un proveedor de software, y se convencerá de recurrir a la técnica más exitosa: la Experiencia del Cliente (Customer Experience, CX). Al terminar la obra, el lector será capaz de identificar a la totalidad de sus clientes y de dirigirles los servicios que necesitan de manera holística. La presente obra contiene: Exposición de temas complejos a través de un lenguaje sencillo y asequible. Ejemplos sencillos de empresas reales, acompañados de gráficos para una mejor comprensión del tema. Tips y consejos prácticos para mejorar las ventas y los procesos de su compañía. Un capítulo extra con información sobre neuromarketing. Un apartado de terminología, ideal para consultas rápidas. Conozca: Las ventajas que conlleva el enfoque bajo el cual el cliente es el centro de la estrategia que llevará a la compañía a incrementar sus ventas. Aprenda: A generar un sentido de lealtad en sus clientes hacia su producto aplicando el enfoque de Experiencia del cliente. A desarrollar un producto o servicio que cubra las necesidades de cualquier tipo de cliente o consumidor. Las posibilidades de patrocinio de su empresa. Desarrollar sus habilidades para: Aumentar las ventas de su compañía y mejorar la relación con el cliente. Destacar a su compañía en un medio competitivo. Conocer las necesidades de sus clientes y desarrollar productos que las satisfagan. Ofrecer productos o servicios que cumplan con los objetivos para los que fueron diseñados. Dirigido a: A Directores de corporaciones y ejecutivos de pequeñas y medianas empresas que busquen un acercamiento productivo y eficaz hacia sus clientes, que requieran mejorar sus ventas y deseen satisfacer las necesidades de sus consumidores generando compradores leales.