

(Download) Marketing sectorial. Principios y aplicaciones (Libros Profesionales) (Spanish Edition)

Marketing sectorial. Principios y aplicaciones (Libros Profesionales) (Spanish Edition)

Jaime Rivera Camino, Mencía de Garcillán
DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



[Download](#)

[Read Online](#)

#2797594 in eBooks 2014-04-11 2015-09-15 File Name: B015EQIF5G | File size: 43.Mb

Jaime Rivera Camino, Mencía de Garcillán: **Marketing sectorial. Principios y aplicaciones (Libros Profesionales) (Spanish Edition)** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing sectorial. Principios y aplicaciones (Libros Profesionales) (Spanish Edition):

Cuando un directivo debe tomar decisiones de mercado, ¿cuánta influencia ejerce el sector

economía en donde opera su empresa? La respuesta es sencilla: mucha. Por este motivo, consideramos la amplia utilidad de esta obra. Existen muchos autores que escriben sobre temas de marketing general, pero no son pocos los que ofrecen guías para adaptarse a los cambios en la dinámica competitiva de los diversos sectores económicos. Por tanto, surge la necesidad de contar con estrategias y tácticas de marketing para los clientes de estos mercados/sectores. Así, el marketing sectorial estudia las acciones desarrolladas por las empresas propias de cada sector y dirigidas a un consumidor específico. El supuesto en el que se basa este tipo de marketing es que cada sector tiene unas características concretas, un público objetivo distinto y una demanda propia de productos y servicios. Asimismo, se asume que en los sectores existe una gran rivalidad entre empresas que ofrecen productos y servicios prácticamente idénticos. Por ello, la táctica y aplicación del marketing sectorial puede ayudar a que los directivos logren que el cliente perciba su oferta como exclusiva. Actualmente ya son reconocidos algunos casos de éxito dentro del marketing sectorial, como por ejemplo el llamado marketing turístico que ha conseguido dar a conocer rincones casi inaccesibles de la geografía al mundo entero. Otro ejemplo es el marketing político últimamente muy ligado a las redes sociales donde los líderes intentan entablar contacto directo con la población para tratar de conocer sus impresiones y promover conversaciones para conocer sus necesidades sociales. Por tanto, se sugiere que los directivos trabajen de manera más activa este tipo de marketing porque permitirán que sus empresas puedan triunfar debido a que pueden ofrecer su producto/servicio de manera rápida, innovadora y diferencial. El propósito de este libro es proveer al lector de recomendaciones para satisfacer las necesidades de los diversos sectores de actividad empresarial, aportando información de gran relevancia y casos prácticos de una manera amena, práctica y rigurosa. Índice Marketing bancario.- Marketing turístico.- Marketing deportivo.- Marketing social.- Marketing de Servicios.- Marketing de moda.- Marketing en época de crisis.- Marketing infantil.