



Cocreación: la importancia de innovar con el cliente

La innovación ya no puede venir únicamente desde dentro de las empresas. Debemos ser capaces de innovar con el cliente. El Caso Starbucks.

Método de entrega: SCORM

Desarrollado por: 5' VISION by Thinking Heads

Temática: Marketing y Ventas

Duración: 4 minutos

Licencia: Nominal anual

Autor: Juan José Peso

Idiomas: es