



Estrategia de clientes: más allá de la diferenciación

La orientación al cliente ha sido un mantra que se ha repetido en las compañías desde hace décadas. Pero la última década este hecho se ha convertido en realidad, con los avances tecnológicos y la capacidad de conocer, de verdad, a nuestros clientes. Además, un aspecto resulta evidente: no todos los clientes son iguales. ¿Cuáles son las consecuencias para nuestra estrategia?

Método de entrega: SCORM

Desarrollado por: 5' VISION by Thinking Heads

Temática: Marketing y Ventas

Duración: 6 minutos

Licencia: Nominal anual

Autor: Eugenio Palomero

Idiomas: es