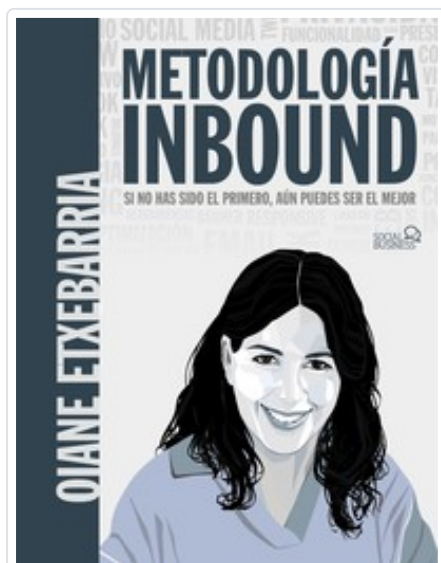


METODOLOGIA INBOUND. SI NO HAS SIDO EL PRIMERO, AUN PUEDES



ETXEBARRIA TOBIAS, OIANE

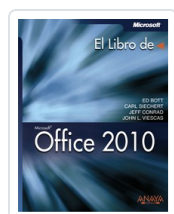
SINOPSIS

La metodología inbound es una filosofía empresarial cuyo eje es el cliente. Busca crear relaciones duraderas y personalizadas con él a través de experiencias y contenido de valor. Se basa en un análisis profundo del usuario y su recorrido de comprador. Se encarga de la definición de contenidos y experiencias que atraigan al público correcto y lo eduque, involucre e informe para acompañarlo en su camino hacia la compra de una manera mucho más orgánica y natural. Asimismo, hace extensivo este acompañamiento después de la compra y ayuda a los clientes a sentirse felices y satisfechos, de manera que repitan la compra y nos ayuden a atraer nuevos clientes. Esta metodología nació para dar respuesta al cambio en la manera de comprar de unos consumidores cada vez más informados y empoderados. Su combinación entre la comunicación personalizada y la automatización de los procesos hace que su potencial sea enorme. Precisamente por esto, son muchas las marcas que la están implementando con éxito. Nunca es tarde para empezar a trabajar bajo esta metodología si tenemos los conocimientos adecuados y sabemos adaptarnos a la madurez del mercado al que pertenece nuestro negocio. ¿Te apuntas? ...



Editorial	ANAYA
Materia	VENTAS Y MARKETING
Colección	MULTIMEDIA
EAN	9788441548039
Status	Disponibile
Páginas	304
Tamaño	175x225x mm.
Peso	510
Precio (Imp. inc.)	22,95€
Fecha de lanzamiento	15/05/2023

Títulos relacionados



OFFICE 2010
ED BOTT



EXCEL 2007
CURTIS FRYE



OFFICE 2007
JOAN PREPPERNAU



WINDOWS 7
JOAN PREPPERNAU