



Malcolm McDonald

Professor Catedrático de Marketing da Escola de Administração da Universidade de Cranfield

Peter Mouncey

MARKETING de RESULTADO

**COMO MEDIR E ANALISAR A EFETIVIDADE
DO MARKETING EM SUA ORGANIZAÇÃO**

- Alinhe as estratégias de marketing aos objetivos empresariais
- Saiba se seu marketing é eficaz
- Contabilize as ações de marketing que implementa

Resumo de Marketing De Resultado

Este livro visa solucionar um dos maiores problemas em marketing: a responsabilidade pelos gastos. Fundamentado em sete anos de pesquisa das melhores práticas globais em marketing os autores investigam cada aspecto desse assunto-chave incluindo o planejamento estratégico além de apresentar um modelo de métrica de marketing que não apenas demonstra como o marketing sistematicamente contribui em termos de valor para o acionista como também oferece uma estrutura alicerçada em métricas para o desenvolvimento e a implementação de estratégias de marketing mensuráveis sobre as quais alguém se responsabilize.

Marketing de resultado permitirá que executivos seniores mensurem o impacto das atividades de marketing e os confrontem com os objetivos da organização.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)