

Marketing de Resultados

Abaetê de Azevedo • Ricardo Pomeranz

Como garantir vendas e construir
marca através de estratégias de
relacionamento

"Não saia a negócios
sem ele" Alex Periscino

 M. BOOKS

Contém **16** casos

Resumo de Marketing de Resultados

As acirradas batalhas das marcas e a constante mudança dos mercados tem obrigado especialistas de marketing a buscar novas soluções. Por outro lado a necessidade de resultados imediatos tem obrigado que se procure obter os mais rápidos possíveis.

O livro Marketing de Resultados, de Abaetê de Azevedo e Ricardo Pomeranz, Presidente e Executivo da Rapp Collins do Brasil, mostra as técnicas e os segredos deste novo marketing. Escrito especialmente para ser ferramenta útil a empresários, executivos, profissionais e estudantes de marketing e comunicação, o livro reúne processos, metodologias, ferramentas e estudos de casos baseados em uma das mais representativas redes globais de marketing de relacionamento, a Rapp Collins.

Isto possibilita ao leitor combinar os aspectos teóricos com a sua implementação no dia-a-dia das empresas. Segundo os autores, a obra propõe-se a demonstrar a validade da seguinte equação: marketing de relacionamento = marketing de resultados.

"Um é o meio, outro é o fim. São duas faces de um mesmo problema: a busca de retornos máximos sobre os investimentos de marketing", argumentam Azevedo e Pomeranz. Dividido em capítulos, o livro recebeu elogios de vários especialistas do mercado brasileiro e internacional.

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