

8

Marketing e Gestão da Relação com o Cliente

Manuel Mações

Biblioteca do Gestor



Resumo de Marketing e gestão da relação com o cliente (Volume 8)

Ao contrário do que acontecia no passado, em que a dificuldade era produzir e não vender, nos nossos dias a dificuldade é vender e conseguir e manter os bons clientes.

Daí a importância do marketing como disciplina de gestão e uma prática empresarial. Neste volume, vamos estudar o comportamento do consumidor, as políticas de marketing mix e a importância da segmentação, do targeting e do posicionamento (STP).

É analisada a Gestão da Relação com o Cliente (CRM) e destacada a importância de construir e desenvolver relações duradouras e lucrativas com os clientes.

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