



MÉTRICAS de marketing

O Guia Definitivo de
Avaliação de Desempenho
do Marketing

Segunda Edição

Paul W. Farris ■ Neil T. Bendle
Phillip E. Pfeifer ■ David J. Reibstein

Resumo de Métricas de Marketing. O Guia Definitivo de Avaliação do Desempenho do Marketing

Você sabe qual é o verdadeiro retorno das ações de marketing da sua empresa? Ele está dentro do previsto? Se você não sabe, está em suas mãos o guia mais abrangente e autorizado para definir, construir e usar as métricas necessárias aos profissionais de marketing de hoje.

Mais do simplesmente medir, compreenda como as diversas métricas se interligam – e as consequências financeiras resultantes das decisões de marketing. Métricas de Marketing dá um grande passo nessa discussão ao analisar sistemas alternativos de mensuração de marketing integrado e como as empresas estão montando esses sistemas para diagnosticar melhor e para ter modelos de marketing mais transparentes.

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