

Estrategias de servicio al cliente

Resumen

Nos encontramos ante un mercado cada vez más competitivo, más exigente y donde los clientes tienen más fuerza –*empowered*– en su relación con las empresas e instituciones que les ofrecen productos (bienes, servicios e ideas).

Hechos como la globalización (en muchos casos “glocalización”), la apertura de los mercados, las nuevas tecnologías y los canales alternativos como internet y las redes sociales han contribuido a que sea más necesaria una óptima gestión de las relaciones con los clientes, con quienes intercambiamos valor.

La clave de una visión realmente orientada al cliente comienza por esa relación con ellos para conseguir transformarlos desde meros compradores hasta verdaderos clientes.

Profesor

Francisco Javier Ramírez Perdiguero, doctor en Nuevas Tendencias del Marketing y Máster Oficial en Humanidades, especialista en Pensamiento Creativo e Innovación, Marketing Communications y Marketing Deportivo, inició su trayectoria profesional en McCann Erickson, Madrid y Frankfurt. Cuenta con más de treinta años de experiencia gestionando clientes de gran consumo, automoción y distribución de moda, entre los que destacan General Motors, SEAT, Fiat, C&A, P&G, Texaco, MB Juegos, Koipe, Mantequerías Arias y DO Vinos de Madrid.

Autor de diversas publicaciones como *Futuras claves en la gestión de organizaciones deportivas* (Ed. UCLA, 2006), *Los colores del conocimiento* (Editorial Lola Books, 2012), *Las palabras en la publicidad. El redactor publicitario* (Ediciones del Laberinto S. L., 2009) y *Los valores del deporte en la educación* (CSD, 2004).

Fechas

3 de junio al 15 de julio de 2020.

Horario

Miércoles de 9:30h a 12:30h y de 15:00h a 16:30h.

Horas

30 horas

Plazas

24

Precio

438 €

Idioma

Castellano.

Calle Arturo Soria 245, 28033, Madrid (España)

Teléfono: (+34) 910 66 81 53

admisionemadrid@ufm.edu

Requisitos

Ninguno en especial.

Calle Arturo Soria 245, 28033, Madrid (España)

Teléfono: (+34) 910 66 81 53

admisionesmadrid@ufm.edu