

DEC edita su primer libro para interesados en Experiencia de Cliente



La Experiencia de Cliente es el recuerdo que se genera en la mente del consumidor, como consecuencia de su relación con la marca. A principios de la década pasada, algunas organizaciones comenzaron a vislumbrar que la decisión previa y posterior de la compra, incorporaba componentes emotivos y relacionales, de forma que la relación con el cliente no tenía que apoyarse exclusivamente en el producto, sino en la percepción que se tenía del mismo. Compañías como Starbucks, Apple, Harley Davidson, Virgin, Nespresso, Havaianas, Bloomingdale's o Amazon han basado su éxito empresarial en alcanzar una conexión diferente con sus clientes actuales y futuros.

La asociación DEC ha editado su primer libro, escrito de manera colaborativa entre grandes profesionales de este país y con aportaciones de los mejores expertos internacionales, en el que recoge todas las áreas y materias que un profesional interesado en la Experiencia de Cliente debe conocer.

Dicho conocimiento está enmarcado en el framework de la Onda de Cliente de DEC, una metodología de trabajo contrastada, que establece cinco ámbitos clave (identidad, impulso, involucración, interacción e interpretación y acción) para impulsar organizaciones customer centric.

En palabras de Jorge Martínez-Arroyo, presidente de DEC, *“con La experiencia de cliente rentable, todas las empresas podrán encontrar su camino de crecimiento basado en una relación auténtica con los clientes.”*

Sinopsis: Manual destinado a directivos y profesionales interesados en Experiencia de Cliente, que contiene casos prácticos fruto del conocimiento de los mejores expertos en este campo.

Autor: Varios autores profesionales en Experiencia de Cliente

Editorial: DEC

PVP: 58 euros en amazon.es

POSTS MAS VISTOS

POSTS RELACIONADOS



COMPARTE ESTO:

