

[Ebook free] Marketing financiero. Estrategia y planes de accioacute;n para mercados complejos (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Marketing financiero. Estrategia y planes de accioacute;n para mercados complejos (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Jaime Rivera Camino, Carlos Mas Hernaacute;ndez
*DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#2161939 in eBooks 2016-02-22 2015-06-08File Name: B01CCYMD7O | File size: 78.Mb

Jaime Rivera Camino, Carlos Mas Hernaacute;ndez : Marketing financiero. Estrategia y planes de accioacute;n para mercados complejos (Libros profesionales) (Spanish Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing financiero. Estrategia y planes de accioacute;n para mercados complejos (Libros profesionales) (Spanish Edition):

Este libro ha sido concebido con la vocación de servir como material didáctico. Para ello, se analiza de manera pedagógica, el complejo entorno en que se desenvuelven las entidades financieras, y las herramientas que les puede aportar el marketing para sobrevivir en un mercado maduro y sujeto a innumerables retos. Los autores exponen de manera sencilla y comprensible tanto las estrategias como las tácticas de marketing que requieren las empresas del sector financiero para ser competitivas. El lector encontrará en estas páginas ejemplos e ilustraciones de bancos de países de distintos continentes, y podrá conocer la evolución que ha experimentado el marketing en las entidades financieras, pasando de un enfoque de relaciones públicas, a la promoción de ventas y al uso de la publicidad. En esta evolución, al igual que ha sucedido en otros sectores, la crisis financiera mundial ha provocado que los bancos hayan tomado conciencia de la utilidad del marketing para colocar al cliente en el centro de su modelo de negocio. Como consecuencia, este libro nace con el ánimo de llenar el vacío relativo al conocimiento del uso efectivo del marketing en este sector. Y por ello, en esta obra se expone el proceso estratégico y operativo que deben utilizar las instituciones financieras para satisfacer las necesidades de sus segmentos objetivos. En su interior se desarrollan también, de manera armónica, los conceptos prácticos y empíricos que pueden ser usados tanto por estudiantes de grado y de postgrado, como por profesionales interesados en conocer de qué forma utilizar el marketing de adquisición y de retención en el sector financiero. Este conocimiento es esencial para instituciones que enfrentan condiciones de mercado de creciente complejidad y competitividad. En donde la aparición de nuevos actores (principalmente empresas tecnológicas), ha comenzado a amenazar líneas de negocio hasta ahora exclusivas de los bancos tradicionales.