



I'm not robot



**I am not robot!**

Relación con clientes o consumidores Creación de valor para el cliente satisfacción y lealtad Cómo medir la satisfacción de los clientes Cómo cultivar las relaciones con los clientes

Entre lo nuevo de esta edición destaca lo siguiente: Casos que presentan a empresas y situaciones reales con variedad de productos, servicios y mercados La sección Sitio Rectorado En la duodécima edición se enriquecen las características de las ediciones pasadas: enfoque de dirección, planteamiento analítico, perspectiva multidisciplinaria, aplicaciones universales y Loading Creación de valor para el cliente satisfacción y lealtad Cómo medir la satisfacción de los clientes Cómo cultivar las relaciones con los clientes Las bases de datos de clientes y