



El ADN de las organizaciones del futuro

La búsqueda constante de la Excelencia en la Relación Empresa Cliente.

CM

CLIENTING & MANAGEMENT

ESPECIAL DÍA INTERNACIONAL DEL CONSUMIDOR 2010 - AÑO 2 EDIC. 8



RMG

Rafael Muñiz

DIRECTOR GENERAL RMG

El consumidor al igual que el mercado esta en permanente cambio y eso ha provocado que mas de una empresa ó directivo le haya cogido con el pie cambiado , sin saber adaptarse al mayor protagonismo que esta adquiriendo el consumidor en el siglo XXI. Para operar con éxito en el mercado actual , es preciso trabajar con una óptica de Marketing estratégico que se la va a poder aportar La Auditoria de Marketing , herramienta que facilita a la empresa una visión precisa del rol que esta desarrollando el nuevo consumidor en el mercado.

La relación actual Empresa Cliente esta atravesando una etapa de turbulencias que habrá que saber dar respuesta al cambio en el modelo tradicional , no olvidemos que Internet va a acentuar mas aun la problemática , que por otro lado nos brinda infinidad de nuevas oportunidades.

SAP

José Velázquez

DIRECTOR GENERAL SAP IBERIA

Los cambios en la conducta del consumidor, el aumento de la competencia global, los mercados financieros cada vez más ajustados y las mayores expectativas del cliente son algunos de los desafíos que están llevando a organizaciones en todo el mundo a rediseñar sus estrategias de ventas. Los productos o el precio ya no son factores diferenciales.

La clave consiste en garantizar que las organizaciones giren hacia una orientación total hacia el cliente, donde se concentren los esfuerzos en adquirir, desarrollar y retener las relaciones rentables con sus clientes. Tener una visión clara y detallada de, tanto los clientes actuales como los potenciales, así como del mercado y tener la capacidad de convertir ese conocimiento en acción es el camino a seguir.

El valor que seamos capaces de aportar a los clientes marcará la diferencia.

