

clientUP 2010



Cómo la Inteligencia de Clientes puede ayudarle a alcanzar sus objetivos empresariales

La propuesta:

El cliente del siglo XXI no se conforma con elegir entre las ofertas disponibles, exige una oferta a su medida. Las empresas destinadas a triunfar en los saturados mercados actuales serán aquellas capaces de configurar una propuesta de valor que satisfaga realmente las exigencias de un cliente cada vez más consciente de su poder. Lanzarse a la batalla sin conocer el terreno (los clientes y su comportamiento) es encaminarse a la derrota, como anunciara hace más de 2500 años el estratega militar Sun Tzu: "Los soldados victoriosos sólo van a la batalla una vez han obtenido la victoria, mientras que los que están destinados a ser derrotados, primero van a la batalla y luego intentan vencer".

Los proponentes:

José María Mateu Céspedes

Ingeniero de Caminos, PDD por el IESE
20 años de experiencia como Consultor y Directivo
Director de Action Learning
Profesor Asociado de la UPV y de la Escuela Internacional de Negocios
Autor de Micromarketing y otros libros y artículos



Francisco Javier Díez Cardona

Licenciado en Derecho, Diplomado en Marketing Estratégico por ICADE
20 años de experiencia como Consultor y Directivo
Socio Director de Tradigenia
Profesor de ESIC
Coautor de ABC del Marketing y otros libros y artículos



La convocatoria:

Entrada libre previa inscripción.



CEEI Valencia

Avda. Benjamín Franklin 12, Parque Tecnológico de Valencia, Paterna

Fecha: **Martes, 23 de febrero de 2010** Horario: **12h. a 14h.**

Inscripciones: Tel. **961 994 200** Mail: **club.empresas@ceei.net**

El programa:

- ▶ QUÉ es la Inteligencia de Clientes
- ▶ POR QUÉ la Inteligencia de Clientes
- ▶ CÓMO materializar la Inteligencia de Clientes
- ▶ COLOQUIO

Una iniciativa de:

tradigenia:

creatividad empresarial & sentido común