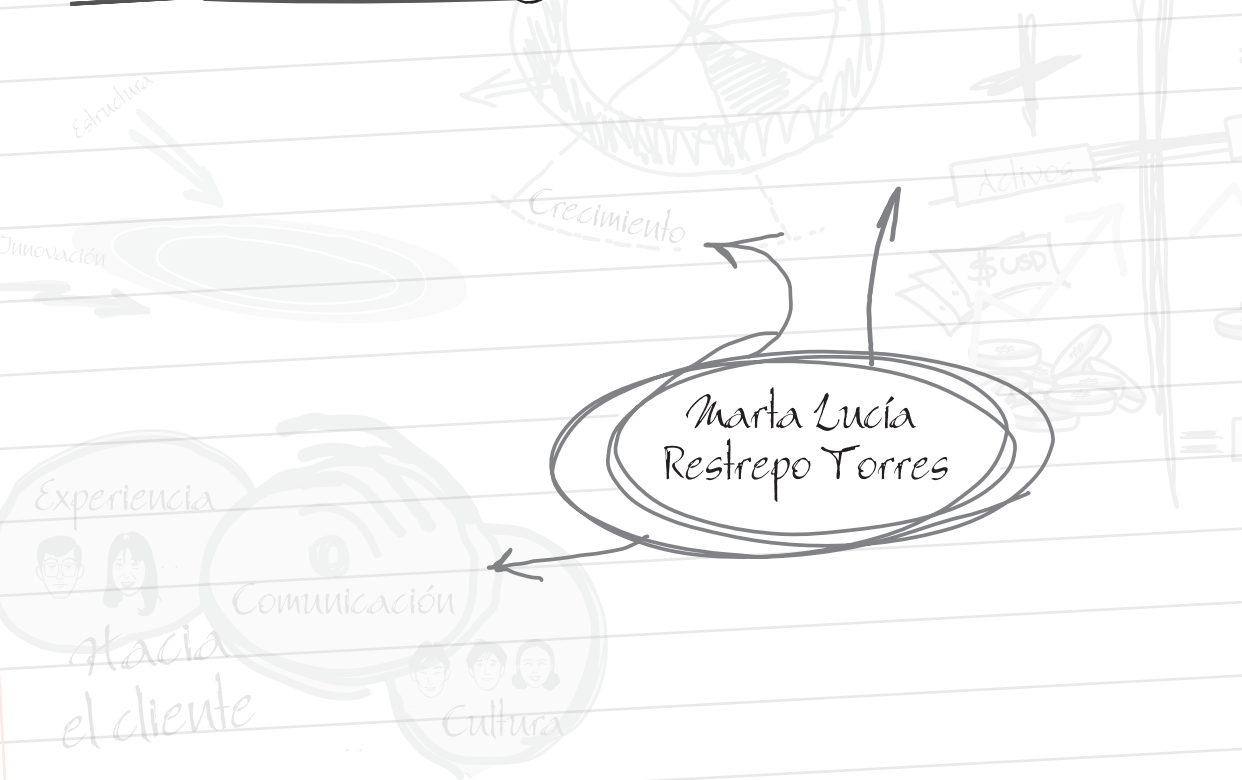


Kapital Cliente[®].

La rentable gestión de clientes





**Colegio de Estudios
Superiores de Administración**

Kapital Cliente[®].

La rentable gestión de clientes

Marta Lucía Restrepo Torres

658.812 / R313k 2015
Restrepo, Marta Lucía (Autor)

Kapital Cliente: la rentable gestión de clientes/ Marta Lucía Restrepo
(autor). Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración -CESA-
Editorial CESA, 2015. 278 p.

DESCRIPTORES:

1. MERCADEO DE SERVICIOS. -- 2. SATISFACCIÓN DEL
CONSUMIDOR. -- 3. SERVICIO AL CLIENTE

© 2015 CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración
© 2015 Marta Lucía Restrepo – [marta.restrepo@cesa.edu.co]

ISBN: 978-958-8722-82-5
Editorial CESA
Casa Incolda
Diagonal 34a No 5a - 23
www.editorialcesa.com
www.cesa.edu.co
editorialcesa@cesa.edu.co

Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Empresarial.
Línea de Investigación en Mercadeo
Proyecto: Construcción del Capital Cliente
Código interno: 20014

Bogotá, D.C, julio de 2015

Coordinación Editorial: Editorial CESA
Corrección de estilo: Claudia Bayona
Diseño y diagramación: Yimmy Alberto Ortiz Arias
Impresión: Imageprinting Ltda

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida sin el permiso
previo escrito.

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

**Kapital
Cliente[®] :**

la rentable
gestión
de
clientes

Damián

Camila

Santiago,

Roberto,

Diana,

Cristina,

Kevin

Antonio

Diego,

Jose,

Lucero

Zara,

Luis,

Gabriela

Jose,

Henry,

Beto,

Alberto

Carolina,

Adriana,

Elizabeth,

Carlo

Lina,

Juan,

Luisa,

Gloria,

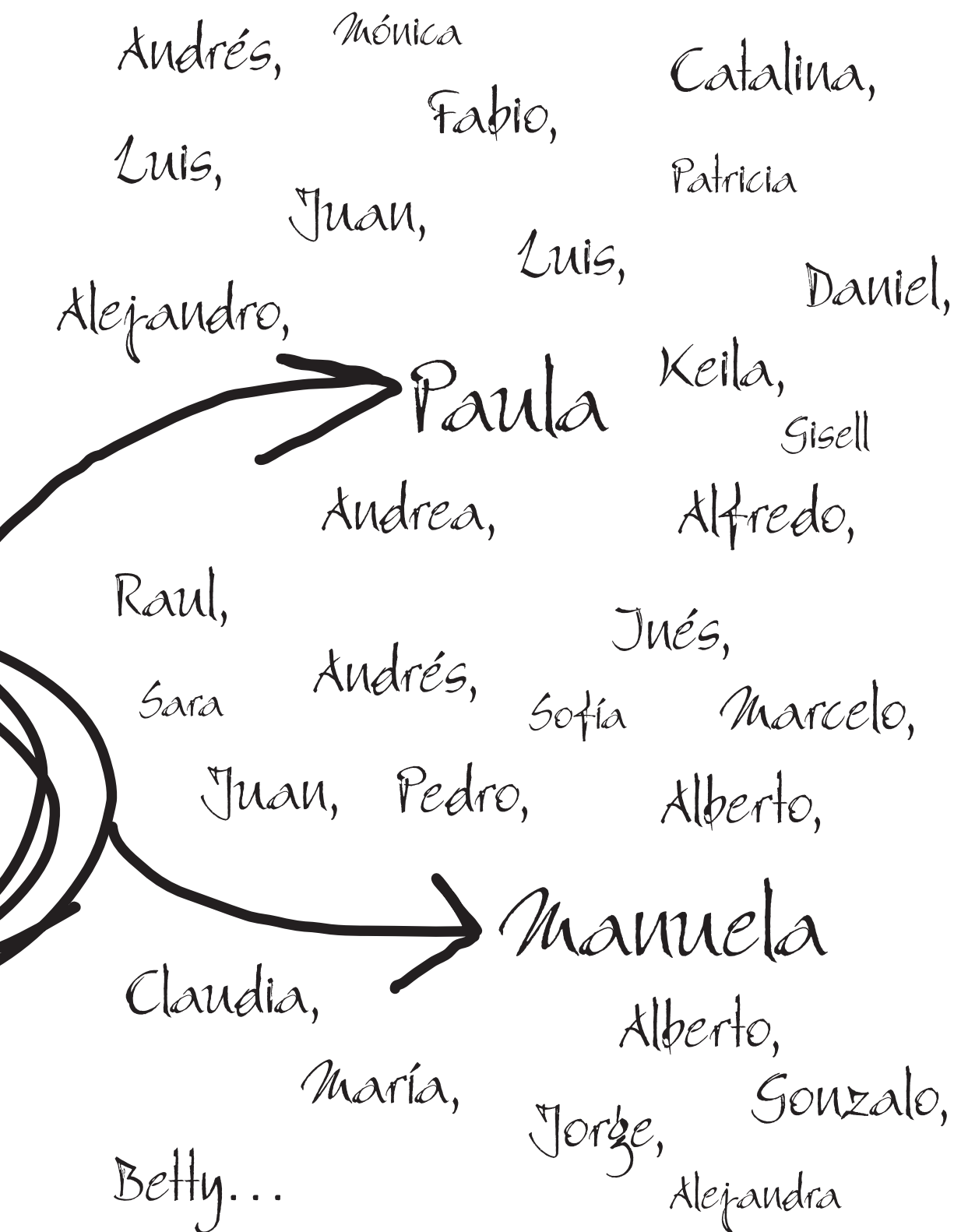
Lina,

Tomás

Camilo,

Nathalia

Para:



es decir, a todos mis clientes.

Inspiración

pág. 12

Capítulo 1

Punto de partida:

pensar y actuar de modo diferente

pág. 22

Capítulo 2

La estructura del mercado y su relación con el Kapital cliente®

pág. 56

Capítulo 6

pág. 190

Los módulos de la gestión de clientes

Capítulo 6

pág. 222

El balance del cliente: construyendo la medición de la gestión de clientes

Capítulo 3

Calidad del cliente: factor determinante del Kapital Cliente®

pág. 86

Capítulo 4

Orientación al cliente: tendencia empresarial.

pág. 120

Capítulo 5

El modelo de observación de la cultura empresarial orientada al cliente

pág. 162

Colofón

pág. 256

Bibliografía

pág. 260

CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración.
Este libro se terminó de imprimir en julio de 2015 en Bogotá D.C.
Se compuso en caracteres Cantoria MT a 13 puntos, Kabel y Bergell.
Y se imprimió sobre papel bond de 70 gr.