



El intramárketing

Desde hace años se sabe que el éxito de cualquier programa de marketing, ventas o atención al cliente externo viene determinado por las habilidades y competencias de los empleados responsables de esas tareas.

El intramárketing consiste en desarrollar todas las actividades de gestión de personas necesarias para garantizar el éxito de los programas externos, utilizando un enfoque de identificación plena con las necesidades de los clientes. Se trata de una sabia combinación de comunicación, motivación e incentivación.

Todos los especialistas en atención al cliente consideran que el secreto de la misma estriba en el perfil psicológico de los empleados a cargo de ella y, en concreto, según Patrick Kriger, de la denominada "resistencia psicológica", una competencia compuesta por el dinamismo en el trato, la flexibilidad en el carácter y la habilidad para resolver conflictos.

Tras años de indefinición so ...



para una conversión completa a PDF |