



MARKETING DE SERVICIOS

EXAMEN FINAL

I TÉRMINO 2010-2011

Jueves, 02 de Sept del 2010

NOMBRE: _____ PARALELO: _____

- 1.- Cuales son los beneficios sociales del Marketing de Relaciones? De un ejemplo.
- 2.- Cual es la lógica subyacente a los beneficios de la retención del cliente para la organización?
- 3.- Indique tres beneficios de la lealtad del cliente para la organización.
- 4.- Se afirma que "Un cliente leal es aquel que muestra un *comportamiento comprometido* y un *compromiso psicológico*". De dos razones de cada uno.
- 5.- Es cierto que no con todos los clientes se puede sostener una buena relación? Si, no? Explique una de las posibles causas.
- 6.- Indique si el argumento es Verdadero o Falso.
Muchas organizaciones suelen establecer sus sistemas de incentivos de ventas de tal forma que recompensan la atracción de nuevos clientes. ()
Generalmente existen mas recompensas por retener las cuentas vigentes ()
Los clientes preferirán sostener una corta relación con la empresa que andar cambiando de proveedores en busca de valor. ()
La naturaleza humana es tal que preferiríamos cambiar de proveedores de servicios. ()
Los beneficios de la confianza implican una disminución de la ansiedad y de alivio por saber que esperar. ()
- 7.- Como se logra, cual es la meta y que utilizan los jefes departamentales para darles empowerment a los empleados en la recuperación de servicios?
- 8.- Que habilidades tienen que tener los empleados para lograr una pronta recuperación del servicio?
- 9.- Comente acerca de que una de las estrategias para la recuperación del servicio es "Aprender de los Clientes Perdidos". Que se quiere averiguar? En quienes hay que fijarse?
- 10.- Cuales son las Características de una garantía del servicio eficaz? Comente sobre una de ellas.