

“Marketing Relacional” de Enrique Burgos

Resumen, síntesis y esencia del Marketing Relacional. (Una verdadera guía útil)

Según wikipedia, resumen es “la representación abreviada y precisa de un contenido”, y esto es, lo que magistralmente ha realizado el autor Enrique Burgos en su libro "MARKETING RELACIONAL: Cree un plan de incentivos eficaz" de la editorial NETBIBLO.

Tras la lectura del libro, observamos la objetividad con la que ha tratado la materia, la exposición de las ideas se realiza con un “tempo” que permite al lector ser introducido en el conocimiento de esta materia de una forma gradual, a la vez que rápida y sin rodeos.

La estructura planteada en el libro subraya las partes principales e ideas más significativas del marketing relacional y los planes de fidelización.

Una síntesis es, en literatura, un escrito donde se denotan las ideas principales de un texto. A diferencia del resumen, ésta presenta las ideas generales del autor, por lo tanto casi siempre es el autor quien las publica.

Síntesis por tanto, ya que el autor nos aporta toda la experiencia acumulada en su carrera, recopilando datos y citas de los principales actores del sector.

Un libro de gran actualidad en el mundo del marketing relacional y los planes de fidelización, fruto de la experiencia del autor en sus más de 8 años en el sector, unificando su visión tanto desde punto de vista de “agencia”, como el de cliente, en el que ahora desarrolla su carrera profesional.

La definición de esencia (del latín essentia, del verbo esse, ser, derivado del griego usia) designa en metafísica la realidad persistente de un ser a través de las modificaciones de sus accidentes (wikipedia)

Enrique ha conseguido captar por tanto la “esencia del marketing relacional “en este libro puesto que en él se establece un punto de partida necesario para poder comprender la evolución constante que esta teniendo el marketing relacional. Establece en este libro las bases que preparan al lector a comprender la evolución que esta disciplina del marketing está experimentando con la evolución de la tecnología y la incorporación de la misma en nuestra vida cotidiana.

No sólo nos da datos para entender el actual marketing relacional sino que nos da la receta y nos prepara para comprender y diseñar las estrategias del futuro de esta disciplina.

Un magnifico trabajo, tanto para el neófito de la materia que quiere una aproximación directa, sin rodeos y sin contenido superfluo, como para el usuario habitual de estas técnicas, que le permitirá recopilar los principios básicos en un mismo documento.

Enrique, a través de este libro, aborda de forma brillante una materia de rabiosa actualidad, presentado de forma práctica, el conocimiento necesario para enfrentarse al reto de establecer un dialogo con el cliente, que genere el vinculo con la marca necesario para crear relaciones en el tiempo.

José Manuel Mas

Director General de EURO RSCG 4D/EONE desde el año 2001, agencia de servicios de marketing interactivo del grupo HAVAS. Además, es profesor de Publicidad Interactiva en ESIC BUSINESS SCHOOL.