



Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition)

Enrique Gutiérrez Fárez

 [Descargar](#)

 [Leer En Linea](#)

Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) Enrique Gutiérrez Fárez

Sobre la obra

Campañas electorales: móviles, marketing directo y telefónico, puerta a puerta es un documento de trabajo para los clientes, consultores y franquiciados de RED Consultores Marketing Político, dentro de su serie Manuales. Dibuja un mapa de carreteras suficientemente amplio como para orientarse en el terreno del marketing electoral, profundizando en cinco aspectos básicos en toda campañas: 1) Comunicación a través de móviles, 2) marketing directo 3) marketing telefónico, 4) puerta a puerta.

Su objetivo por tanto es que sea una Guía práctica, dando información detallada de esos cinco distintos aspectos, técnicas y herramientas a considerar en una campaña. La Guía se centra en consideraciones básicas fruto de la experiencia de la franquicia RED. La obra otorga abundante espacio a las transformaciones radicales que está viviendo hoy la sociedad y, por lo tanto, la manera en que partidos y líderes deben trasladar sus mensajes a los ciudadanos.

Por supuesto, la Guía describe los instrumentos básicos para poner en marcha una campaña electoral, pero sobre todo intenta dar consejos sobre la naturaleza esencial de cara tarea: no sólo informa de los ingredientes del plato y la forma de preparación, sino que alerta de los trucos que, como buen cocinero, has de tener en cuenta para que el guiso salga en su punto.

Sobre el autor

Enrique Gutiérrez Fárez nació en Madrid en 1962. Licenciado en Ciencias de la Información, rama de Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid. Participó en su primera campaña electoral, en 1982 y con 20 años, en el Gabinete de Prensa del CDS en Canarias. Desde entonces ha estado presente en todos los procesos electores desarrollados en Canarias, tanto como asesor de comunicación e imagen, como director de campaña o como consultor independiente.

En 1992 funda ICC Consultoría, Tecnología y Nuevos Mercados, matriz del Grupo ICC, que aglutina empresas en las actividades de análisis y seguimiento de

noticias en medios de comunicación (MMI Media Monitor Internacional, una división que otorga una privilegiada contribución estratégica RED), la asesoría política (RED Consultores Marketing Político), junto a la propia consultora ICC.

Durante estos años, ha acompañado a cerca de una veintena de líderes políticos locales y regionales pertenecientes a 9 formaciones distintas, incluyendo presidentes de gobierno regional, consejeros y altos cargos, así como a alcaldes y líderes municipales.

www.enriquefarez.com

@enriquefarez

 [Descargar Marketing en campañas electorales: móvil, marketing d
...pdf](#)

 [Leer en línea Marketing en campañas electorales: móvil, marketing
...pdf](#)

Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition)

Enrique Gutiérrez Fárez

Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) Enrique Gutiérrez Fárez

Sobre la obra

Campañas electorales: móviles, marketing directo y telefónico, puerta a puerta es un documento de trabajo para los clientes, consultores y franquiciados de RED Consultores Marketing Político, dentro de su serie Manuales. Dibuja un mapa de carreteras suficientemente amplio como para orientarse en el terreno del marketing electoral, profundizando en cinco aspectos básicos en toda campañas: 1) Comunicación a través de móviles, 2) marketing directo 3) marketing telefónico, 4) puerta a puerta.

Su objetivo por tanto es que sea una Guía práctica, dando información detallada de esos cinco distintos aspectos, técnicas y herramientas a considerar en una campaña. La Guía se centra en consideraciones básicas fruto de la experiencia de la franquicia RED. La obra otorga abundante espacio a las transformaciones radicales que está viviendo hoy la sociedad y, por lo tanto, la manera en que partidos y líderes deben trasladar sus mensajes a los ciudadanos.

Por supuesto, la Guía describe los instrumentos básicos para poner en marcha una campaña electoral, pero sobre todo intenta dar consejos sobre la naturaleza esencial de cara tarea: no sólo informa de los ingredientes del plato y la forma de preparación, sino que alerta de los trucos que, como buen cocinero, has de tener en cuenta para que el guiso salga en su punto.

Sobre el autor

Enrique Gutiérrez Fárez nació en Madrid en 1962. Licenciado en Ciencias de la Información, rama de Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid. Participó en su primera campaña electoral, en 1982 y con 20 años, en el Gabinete de Prensa del CDS en Canarias. Desde entonces ha estado presente en todos los procesos electores desarrollados en Canarias, tanto como asesor de comunicación e imagen, como director de campaña o como consultor independiente.

En 1992 funda ICC Consultoría, Tecnología y Nuevos Mercados, matriz del Grupo ICC, que aglutina empresas en las actividades de análisis y seguimiento de noticias en medios de comunicación (MMI Media Monitor Internacional, una división que otorga una privilegiada contribución estratégica RED), la asesoría política (RED Consultores Marketing Político), junto a la propia consultora ICC.

Durante estos años, ha acompañado a cerca de una veintena de líderes políticos locales y regionales pertenecientes a 9 formaciones distintas, incluyendo presidentes de gobierno regional, consejeros y altos cargos, así como a alcaldes y líderes municipales.

www.enriquefarez.com

@enriquefarez

Descargar y leer en línea Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) Enrique Gutiérrez Fárez

Format: Kindle eBook

Download and Read Online Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) Enrique Gutiérrez Fárez #46ZCRSY2AD5

Leer Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez para ebook en líneaMarketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez Descarga gratuita de PDF, libros de audio, libros para leer, buenos libros para leer, libros baratos, libros buenos, libros en línea, libros en línea, reseñas de libros epub, leer libros en línea, libros para leer en línea, biblioteca en línea, greatbooks para leer, PDF Mejores libros para leer, libros superiores para leer libros Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez para leer en línea. Online Marketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez ebook PDF descargarMarketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez DocMarketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez MobipocketMarketing en campañas electorales: móvil, marketing directo y telefónico, puerta a puerta (Spanish Edition) by Enrique Gutiérrez Fárez EPub
46ZCRSY2AD546ZCRSY2AD546ZCRSY2AD5