

```
h1{
font-family: bauhaus 93
font-size: 69
font-style: regular
fon-weight: bold
text-align: left
color: #CC0000
}
```

```
p1{
font-family: helvética
font-size: 11
font-style: light oblique
font-weight: bold
text-align: left
color: #000000
}
```

```
p2{
font-family: helvética
font-size: 11
font-style: light oblique
font-weight: normal
text-align: left
color: #000000
}
```

```
h2{
font-family: cambria
font-size: 30
font-style: regular
fon-weight: normal
text-align: left
color: #000000
}
```

SECCIONES (p7)

Ideas prácticas y estrategias

En primer lugar

Antropología & Negocios

Uno X Uno

Otras secciones (p8)

Alta Gerencia

Líderes

Estrategia

Emprezas

Finanzas

Marketing

Recursos Humanos(p9)



Pie de Foto Pie de Foto Pie de Foto Pie de Foto Pie de Foto (p6)



Ideas Prácticas y Estrategias (p1)

Alta gerencia(p2)

Promesas Cumplidas (h2)

Desde el diseño de la experiencia hasta la manera de brindarla, cómo cerrar la brecha entre lo que se ofrece y lo que se entrega, a fin de lograr que la voz del cliente gué el crecimiento. (p3)

Por JAMES ALLEN. (p4)

La mayoría de las compañías supone que les dan a los clientes lo que ellos quieren. Pero, por lo general, se engañan a sí mismas. Recientemente entrevistamos a 362 empresas y descubrimos que el 80 por ciento cree que les brinda una "Gran propuesta de valor". Sin embargo cuando les preguntamos a los clientes escuchamos una versión diferente: dijeron que solo el 8 por ciento de las compañías cumplían lo que prometían.

¿Porqué existe esta brecha esta brecha entre la oferta y la expectativa? No es porque los líderes corporativos les den poca importancia a sus clientes. De asda¿Porqué existe esta brecha esta brecha entre la oferta y la expectativa? No es porque los líderes corporativos le

La mayoría de las compañías supone que les dan a los clientes lo que ellos quieren. Pero, por lo general, se engañan a sí mismas. Recientemente entrevistamos a 362 empresas y descubrimos que el 80 por ciento cree que les brinda una "Gran propuesta de valor". Sin embargo cuando les preguntamos a los clientes escuchamos una versión diferente: dijeron que solo el 8 por ciento de las compañías cumplían lo que prometían. ¿Porqué existe esta brecha esta brecha entre la oferta y la expectativa? No es porque los líderes corporativos les den poca importancia a sus clientes. De asdaLa mayoría de las compañías supone que les dan a los clientes lo que ellos quieren. Pero, por lo general, se engañan a sí mismas. Recientemente entrevistamos a 362 empresas y descubrimos que el 80 por ciento cree que les brinda una "Gran propuesta de valor". Sin embargo cuando les preguntamos a los clientes¿Porqué existe esta brecha esta brecha entre la oferta y la expectativa? No es porque los (p5)

```
p7{
font-family: univers
font-size: 16
font-style: 57 condensed
font-weight: bold
text-align: center
color: #000000
}
```

```
p8{
font-family: Gill Sans
font-size: 16
font-style: regular
font-weight: normal
text-align: left
color: #000000
}
```

```
p9{
font-family: Helvetica
font-size: 15
font-style: light
font-weight: bold
text-align: left
color: #000000
}
```

```
h3{
font-family: Arial
font-size: 15
font-style: regular
fon-weight: bold
text-align: left
color: #000000
}
```

Más Noticias (h3)



```
p3{
font-family: cambria
font-size: 14
font-style: regular
font-weight: bold
text-align: left
color: #000000
}
```

```
p4{
font-family: cambria
font-size: 11
font-style: regular
font-weight: normal
text-align: left
color: #000000
}
```

```
p5{
font-family: cambria
font-size: 12
font-style: regular
font-weight: normal
text-align: left
color: #000000
}
```