

SUMARIO

Prólogo a la edición castellana, <i>Fernando Trias de Bes</i>	11
Prefacio	15
1. Nuevas técnicas de promoción de servicios profesionales	17
2. Las claves para el marketing eficaz de servicios profesionales	37
3. Cómo ofrecer un servicio de calidad.	49
4. Desarrollo y consolidación de los esfuerzos de marketing de la empresa	67
5. Adquisición y uso de la información de marketing	87
6. Planificación y organización estratégica	129
7. Segmentación, selección y atracción de los mercados	179
8. La comprensión del cliente	209
9. La combinación de servicios	235
10. Valoración de los servicios profesionales.	265
11. Cómo hacer accesibles los servicios	295
12. Comunicaciones de marketing integradas.	317
13. Los servicios on-line	353
14. Estrategias de relación y retención.	383
15. Futuras tendencias en el marketing de servicios profesionales	401
Índice analítico y de nombres	413