

Contenido

<i>Agradecimientos</i>		IX
<i>Prefacio</i>		XI
PRIMERA PARTE		1
Capítulo 1	30 años a marcha lenta	3
SEGUNDA PARTE		9
Capítulo 2	Las seis generaciones del marketing	11
	La catedral y el papa	13
	Procter & Gamble: la catedral	13
	Los inicios	14
	Peter Drucker, el papa	21
Capítulo 3	De la prehistoria a la cuarta generación	27
	La prehistoria del marketing	27
	Primera generación	30
	Segunda generación	31
	Tercera generación	33
	Cuarta generación	34
Capítulo 4	Maximarketing: La quinta generación	37
	Maximarketing	38
	El modelo de los autores	40



Capítulo 5	<i>Datamarketing Behavior</i> - Sexta generación	45
	Los camaguros	46
TERCERA PARTE		51
Capítulo 6	La matriz de marketing de MADIA	53
	La matriz de marketing de MADIA	75
	El pensamiento estratégico	78
	Marketing de guerra	81
Capítulo 7	Cliente, mercado y competencia	85
Capítulo 8	Los mecanismos de sintonía fina	107
	Reaprendizaje diario a través de la experiencia propia	116
	El deber de decidir	118
Capítulo 9	Los ocho sistemas principales del ambiente	121
	Sistema de demanda	122
	Sistema de legislación	126
	Sistema de política	131
	Sistema de distribución	132
	Sistema de comunicación	134
	Sistema de proveedores	137
	Sistema de sentimientos	140
	Sistema de eventualidades	143
Capítulo 10	La caja de herramientas de la sexta generación del marketing	147
Capítulo 11	Producto	153
	Libertad para crecer y prosperar	168
	La terrible plaga del cansancio interno	172
Capítulo 12	Promoción	177
	Las tres dimensiones de la promoción	178
	PDM - Programa de database marketing, el corazón del marketing de sexta generación, del <i>Datamarketing Behavior</i>	196



	Un programa de database marketing	200
	DBD - <i>Datamarketing Behavior Die</i>	
	o el salto del gato o, mejor aún,	
	el salto del dado	203
	Identidad e imagen	106
Capítulo 13	Place	215
Capítulo 14	Precio	227
Capítulo 15	Personal	239
	La importancia de los generales	
	y los coroneles	243
Capítulo 16	Proveedores	255
Capítulo 17	Posventa	265
Capítulo 18	Protección	279
	Dónde ocurren los mayores problemas	285
Capítulo 19	Epílogo	293
	<i>Referencias y fuentes</i>	305