

Contenido

<i>Prefacio por James A. Belasco, Ph. D.</i>	<i>ix</i>
1. Una Fijación Mental en los Procesos de los Mercadólogos	1
2. El Sistema de Persuasión	19
3. El Sistema de Ventas	45
4. El Sistema de Incentivos	65
5. El Sistema de Innovación de los Productos	91
6. El Sistema de Canales de Distribución	113
7. El Sistema de Logística y de Servicio al Cliente	137
8. El Sistema de Planeación	163
Epílogo: Implantación de la Mercadotecnia Cero Defectos	183
<i>Índice</i>	<i>193</i>