

Contenido

| | |
|---|-----------|
| Introducción | xi |
| Primera parte. La comprensión de la mente | 1 |
| 1. Las mentes ya no aguantan | 3 |
| 2. Las mentes son limitadas | 9 |
| 3. Las mentes odian la confusión | 17 |
| 4. Las mentes son inseguras | 25 |
| 5. Las mentes no cambian | 33 |
| 6. Las mentes pueden perder su enfoque | 41 |
| Segunda parte. Cómo enfrentar el cambio | 49 |
| 7. Reposicionamiento: ahí está el posicionamiento | 51 |
| 8. Reposicionamiento de una compañía de software | 57 |
| 9. Reposicionamiento de una compañía de helados | 63 |
| 10. Reposicionamiento de un bufete de contadores | 71 |
| 11. Reposicionamiento de candidatos políticos | 79 |
| 12. Reposicionamiento de un programa de televisión | 87 |
| 13. Reposicionamiento de una compañía petrolera | 93 |

| | |
|---|------------|
| Tercera parte. Los trucos del negocio | 99 |
| 14. Las mentes funcionan por oído | 101 |
| 15. Secretos para encontrar un buen nombre | 111 |
| 16. Cómo eludir un mal nombre | 121 |
| 17. Cómo nombrar una categoría | 129 |
| 18. La investigación puede confundirlo | 137 |
| 19. El poder posicionador de las RP | 145 |
| 20. Seis escollos del posicionamiento | 155 |
| 21. Las personas apropiadas en el salón | 163 |
| | |
| Índice | 169 |