

Índice

OBERTURA: Un pequeño drama cotidiano en pocas escenas	13
PRIMERA PARTE	
1. <i>La tragedia de morir por fuego amigo</i> De cómo muchas empresas han convertido a su consumidor en competidor	21
2. <i>Lo que todo el mundo imaginaba... O no.</i> De cómo el consumidor ha tomado las riendas gracias a la nueva tecnología	34
3. <i>Aprendiendo a jugar siempre de visitante</i> De la necesidad de aceptar y entender el territorio del consumidor como campo de juego	42
4. <i>Un rey producto de la democracia</i> De la imposibilidad de imponer un punto de vista en un mundo transparente	47
5. <i>Unidos venceremos (pero antes tenemos que reconciliarnos)</i> De la reconciliación como primer paso para llegar a al verdadero objetivo: asaltar la imaginación del consumidor.	54

LA RECONCILIACIÓN CON EL CONSUMIDOR

SEGUNDA PARTE: CASOS

6. Danone o <i>La innovación como respuesta</i>	63
7. <i>El diario El País</i> o <i>La vuelta a la esencia</i>	73
8. Movistar o <i>La necesidad de aliarse con el consumidor</i>	86
9. El Corte Inglés o <i>El timing corporativo lo marca el reloj del consumidor</i>	96
10. Coca Cola o <i>El fin del control</i>	108
FINALE: <i>All we need is... Reconciliación</i>	119