SUMARIO

Prólogo a la edición castellana, *Fernando Trias de Bes* 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