

Índice

INTRODUCCIÓN. UN «BUSCADOR» DE OPORTUNIDADES	13
Capítulo 1. OPORTUNIDADES PARA TU NEGOCIO EN LA REVOLUCIÓN DIGITAL .	21
1.1. ¿Qué cambios reales están provocando las nuevas tecnologías? ..	22
1.2. ¿Por qué evolucionar ahora y no esperar a ver qué pasa más adelante?	26
1.3. ¿Cómo puede ayudar la sistemática de marketing al crecimiento de mi negocio?	27
1.4. ¿Qué empresas están triunfando en la revolución digital?	30
Capítulo 2. CLAVES DE ÉXITO PARA LOS NUEVOS RETOS	35
2.1. ¿Qué es, resumidamente, Results Marketing?	36
2.2. ¿Qué oportunidades me puede abrir?	38
2.3. ¿Cómo puede una gran empresa aprovechar Results Marketing? ..	41
2.4. ¿Cómo puede un emprendedor o una pequeña empresa aprovechar Results Marketing?	45
2.5. ¿Qué tipo de equipo se necesita para hacerlo posible?	46
Capítulo 3. LOS CINCO PASOS DE RESULTS MARKETING	51
3.1. ¿Cuáles son los ámbitos principales de actuación de Results Marketing?	52
3.2. ¿Cómo estar alerta ante las oportunidades del entorno?	53
3.3. ¿Qué herramientas nos permiten medir realmente la creación de valor?	55
3.4. ¿Cómo aumentar la capacidad de innovar de una empresa?	56
3.5. ¿Cómo responder ante un consumidor informado y exigente? ..	57
3.6. ¿Cómo dar a conocer mi propuesta?	59

Capítulo 4. RESULTADOS CON VALOR DE NEGOCIO.....	63
4.1. ¿Qué herramientas nos permiten medir y mejorar realmente los resultados de una empresa?	64
4.2. ¿Cómo medir y seguir el valor que supone el activo de la marca? ..	66
4.3. ¿Cómo medir y seguir el valor que supone la base de clientes de un negocio?.....	67
4.4. ¿Cómo medir y seguir la creación de valor en un negocio?.....	71
4.5. ¿Cómo crecer más allá de limitarse a bajar los precios?.....	73
Capítulo 5. UNA GESTIÓN INTELIGENTE.....	77
5.1. ¿Por qué es útil para el negocio partir del entendimiento de los consumidores?	78
5.2. ¿Cómo escuchar al cliente de una forma ágil y sencilla?	81
5.3. ¿Cómo ayudan las nuevas tecnologías y los medios sociales para entender a consumidores/clientes?	83
5.4. ¿Cómo entender el modo de relacionarse los internautas con la presencia digital de tu negocio?	85
5.5. ¿Qué es y qué me aporta <i>big data</i> ? ¿Y si no tengo muchos recursos?	87
5.6. ¿Cómo saber qué clientes pueden estar interesados en una propuesta?	88
Capítulo 6. INNOVACIÓN EN SOLUCIONES.....	93
6.1. ¿Quién puede ser creativo, emprender e innovar?.....	95
6.2. ¿Existe alguna sistemática que ayude a innovar más y mejor?..	96
6.3. ¿Cómo puede una empresa involucrar a consumidores y empleados para innovar?.....	100
6.4. ¿Cómo lograr ideas innovadoras?.....	102
6.5. ¿Cómo convertir ideas en soluciones innovadoras, tangibles y realizables?.....	104
Capítulo 7. EXPERIENCIAS DE CLIENTE DIFERENCIALES.....	109
7.1. ¿En qué consiste la experiencia del cliente?	111
7.2. ¿Cómo mejoran los resultados gracias a las experiencias?	113
7.3. ¿Cómo crear experiencias relevantes?.....	115
7.4. ¿Cómo aprovechar el auge de los dispositivos móviles para conectar en cualquier lugar y a cualquier hora?.....	117
7.5. ¿Cómo lograr una dinámica de mejora permanente de la experiencia?	119

7.6. ¿Cómo medir objetivamente y mejorar la percepción de esa experiencia de cliente?.....	120
Capítulo 8. UNA MARCA FUENTE DE INGRESOS.....	125
8.1. ¿Qué valor representa la marca para cualquier negocio?	126
8.2. ¿Cómo lograr que una marca sea realmente relevante?.....	128
8.3. ¿Cuáles son las claves para desarrollar marca de éxito en un entorno digital?.....	130
8.4. ¿Qué elementos debe tener una marca para generar resultados?..	132
8.5. Si mi empresa cuenta con una marca relevante, ¿cómo puedo proteger su valor?.....	133
Capítulo 9. COMUNICACIÓN DIGITAL Y SOCIAL.....	137
9.1. ¿Qué oportunidades ofrece la digitalización para dar a conocer una propuesta?.....	139
9.2. ¿Qué pasos hay que seguir para tener una buena comunicación? .	142
9.3. ¿Tiene sentido invertir en televisión y otros medios masivos, si lo que más crece es la publicidad digital?	144
9.4. Si no tengo mucho presupuesto para publicidad, ¿qué puedo hacer?	146
9.5. ¿Cómo puedo mejorar la comunicación directa con mis clientes?.....	149
Capítulo 10. APLICACIONES PARA EMPRENDEDORES Y DIFERENTES EMPRESAS..	155
10.1. ¿Qué oportunidades de renovar por completo el modelo de negocio tienen las empresas?	156
10.2. ¿Qué aplicaciones pueden realizar las grandes empresas?	157
10.3. Soy un emprendedor y aún no tengo muchos recursos, ¿cómo puedo aplicar estas herramientas?.....	158
10.4. ¿Cómo pueden aplicar estas herramientas las pequeñas empresas que aún sean algo «tradicionales»?	160
10.5. Y ahora... ¿qué?.....	162