

INDICE

Presentación	XVII
Introducción	XIX
Qué es creatividad	XVII
1. La empresa: solución creativa para un problema	1
2. Heurística y logaritmo	6
Otras aplicaciones heurísticas para la empresa	7
3. Marketing & creatividad	11
4. El proceso creativo	20
Identificación	22
Preparación	22
Incubación	24
Calentamiento	25
Iluminación	26
Elaboración	29
Verificación	29
Idea y acción	30
El dinero es tiempo	30
Sea minucioso	31
5. Funciones de la mente	36
Cómo opera la mente	39
El bloqueo	40
6. Cómo estimular la creatividad en la empresa	41
Por tanto: momento de crear, crear; momento de juzgar, juzgar	42
Lluvia de ideas	42
Lluvia de ideas en reversa	44
Sinécticos	44
Lluvia de ideas individual	46
Centros creativos	47
7. Características de la persona creativa en general y de la persona creativa en marketing	52
8. Características de la empresa creativa	57
La resistencia a los cambios, en algunas frases	60
9. Factores que inhiben la creatividad	68
10. Entrenamiento para desarrollar la creatividad	71
11. Cómo construir modelo heurístico de su empresa y del mercado en el cual ella actúa	76
Factores internos o controlables	71
Modelo heurístico de marketing	83
Factores externos o incontrolables	85
12. Aplicación del proceso creativo al modelo de su empresa	91
Lista de comprobación	91
¿Por qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Quién? ¿Qué? ¿Cómo?	94
13. Cómo utilizar la regla heurística	98
Apéndice. Compilación de planes y datos	110
¿Que vendemos?	111
¿A quien le vendemos?	113
¿Dónde vendemos?	115

¿Cuándo vendemos?	115
¿Cómo vendemos?	116
Bibliografía	126