

INDICE

Pues claro que puedes ser creativo	25
Sólo deberás tener una actitud de vendedor	34
Saber distinguir la creatividad específica de Marketing directo	43
Emplear algún método	49
Aunque si no tienes mejor información no te servirá de nada	71
Porque es la que te ayuda con la columna vertebral, o sea, la proposición básica	83
Aunque antes te habrás hecho unas cuantas preguntas sobre la base de datos y la oferta	101
Para adoptar después una total flexibilidad mental	125
Que te permitirá dominar las reacciones psicológicas instintivas	149
Quitarle freno a las motivaciones	199
Para programar estados de ánimo, en vez de ventas	217
Con materia prima de primera calidad, como imágenes, sonidos y palabras	241
Que extraerás con las herramientas adecuadas: titulares, textos, soporte, personalización	269
Para adaptarlos finalmente a televisión, prensa, radio dedicándole una atención especial al mailing	311
Y al acto de pedir que es un arte	331
Que se llama fidelización cuando lo haces en pareja	339
Para lo que pueden servirte unas reflexiones básicas	347
Que incluyen las inevitables reglas de oro, en este caso de plata	353