

INDICE

	<u>Págs.</u>
Lista de ilustraciones	11
<i>Prefacio</i>	15
1. <i>La función mercadológica</i>	17
Introducción	17
Aplicación de las técnicas mercadológicas	19
El objetivo funcional	25
2. <i>Los mecanismos de la mercadología</i>	33
Alternativas de la inversión mercadológica	33
Canales de distribución	34
La investigación mercadológica	39
Principales tipos de investigación mercadológica	42
El equipo de ventas	46
Publicidad	48
Beneficio líquido	54
Promoción de ventas	57
Sistema de precios	64
3. <i>Estructura de la organización de ventas</i>	69
Fundamentos de organización	69
Características de las estructuras orgánicas	80
Ambito de gerencia	84
Estructuras orgánicas	89
Organización del negocio al por menor	95

	<u>Págs.</u>
4. <i>Planificación y previsión de ventas</i>	103
Planificación y objetivos	103
Previsión	111
5. <i>Reclutamiento</i>	125
Fundamentos de reclutamiento	125
El proceso de selección	132
6. <i>Perfeccionamiento (entrenamiento)</i>	147
Preparación del vendedor	147
Base psicológica del entrenamiento	149
Entrenamiento organizado	155
7. <i>La función del vendedor</i>	161
Importancia del vendedor	161
Potenciación de la eficacia vendedora	166
8. <i>Conocimiento del producto por el vendedor</i>	175
Comprensión de la venta	175
Vendedor y comprador	177
Uso prudente de lo que se sabe	180
9. <i>Técnicas de venta</i>	189
El proceso de venta	189
La entrevista en las ventas	194
Temas que surgen en una entrevista	200
10. <i>La venta en la exportación</i>	205
Economía de la exportación	205
Razones para la exportación	207
Práctica de la exportación	211
Cláusulas de los embarques en la exportación	217
Organización del mercado	219
Arte y técnica vendedora en la exportación	229

	<u>Págs.</u>
El viaje por el extranjero	234
Exportación y finanzas	237
11. <i>La venta al por menor</i>	241
Organización del negocio al por menor	241
Distribución al por menor	250
Planificación en el comercio al por menor	253
Localización del comercio al por menor	259
El personal en el negocio al por menor	267
12. <i>La dirección de ventas</i>	275
Elementos de gerencia	276
Función de la gerencia de ventas	280
Aptitudes del gerente de ventas	288
Labor del gerente de ventas	295
13. <i>El registro de ventas</i>	301
Necesidad de información	301
Necesidad de comunicación	310
14. <i>Incremento de las ventas</i>	319
Medición de los beneficios	319
Consecución de beneficios	324
Conceptos de la demanda	325
15. <i>Valoración de la actuación</i>	331
Necesidad de las valoraciones	331
16. <i>Creación de clientes</i>	343
Definición del cliente	343
Captación del consumidor	351
17. <i>Estrategia mercadológica</i>	363
Problemas de la estrategia	363
Planificación del futuro	369
Función y estrategia	373

	<u>Págs.</u>
18. <i>El trato al cliente</i>	383
Comprensión del cliente	383
Motivación del consumidor	389
19. <i>Las comunicaciones en la mercadología</i>	393
Necesidad de comunicación total	393
Comunicaciones planificadas	396
CUESTIONARIO	403
BIBLIOGRAFIA	407