

Índice

1. Perfil y papel del Consultor de Marketing	9
1.1. Una profesión atractiva	9
1.2. Algunas alternativas para ejercer	11
1.3. Funciones a desarrollar por el Consultor	13
1.4. Profesiograma ideal del Consultor de Marketing	15
2. Diagnóstico de los problemas del empresario-cliente	19
2.1. Autochequeo para Directivos	19
2.2. Desarrollo del Diagnóstico	27
2.3. Frutos del Diagnóstico	30
2.4. Orden a seguir en el Diagnóstico	30
3. Los instrumentos del Consultor de Marketing	31
3.1. Modelos incluidos	31
3.2. Comentarios e instrucciones	32
4. Las entrevistas y el acuerdo final con el Cliente	45
4.1. La venta de la Propuesta.	45
4.2. Preparación de la entrevista.	45
4.3. Durante la entrevista	46
4.4. Formulación de la Propuesta	49
4.5. Honorarios y gastos	52
4.6. Encargo de nuevos trabajos.	53
5. La enseñanza del marketing: una atractiva opción del consultor	55
5.1. Una excelente oportunidad profesional	55
5.2. Tipos de acciones didácticas	56
5.3. Metodología y medios	57
6. Esquema básico para proyectos de negocio. Área de marketing	61
6.1. Preparación	61
6.2. Planificación.	64
6.3. Control	68
6.4. Apéndices documentales	68

7. Modelaje	69
A. Introducción	71
B. El Mercado Objetivo	75
C. Política de Offering, Producto y Precio	87
D. Política de Distribución y Ventas	99
E. Comunicación Global	135
F. Plan de Marketing Mix	143
8. Biblioteca del consultor de marketing	155