



Índice

Prólogo, Natividad BUCETA	9
Engagement: los diez factores críticos de la nueva fidelización de clientes, Juan Carlos ALCAIDE	11
¿Crisis? Sí, gracias, Enrique ALCAT	33
La investigación de mercados o la respuesta a la pregunta: ¿cómo puedo conocer a mi consumidor?, Camilo ARIAS	41
Surfmarketing®: el marketing para transformar organizaciones, Miguel ARJONA	49
El marketing jurídico existe, Hans Boëck	59
El pensamiento creativo, una herramienta estratégica al servicio del marketing, Fernando BOTELLA	69
Una nueva era para el patrocinio... ¿Es posible conseguir fans de marca?, Mikel CAMPO	77
Eventos para comunicar, Gloria CAMPOS GARCÍA DE QUEVEDO	83
La agencia del futuro, Esther CASTELLANO PERIS y Luis PIQUER	89
Más allá del marketing directo: de vender a lograr que te compren, Roberto R. CERRADA	97
Cómo hacer publicidad legal en redes sociales y buscadores, Pablo FERNÁNDEZ BURGUENO	109
Protocolo para vender, Carlos FUENTE LAFUENTE	117
Social Media y Community Management, Pablo MARTÍN ANTORANZ	125
Neuromarketing: leyendo la mente del consumidor, Francisco MISIEGO	137
Marketing financiero, Fernando MOROY	149
Reputación corporativa: ¿el bótox tecnológico de la exposición de las marcas en la red?, Joaquín MOURIZ COSTA	159
El field marketing: la última milla del marketing, Diego OLMEDILLA GUISERIS	167
Segmentación, Javier ORTEGO	179
La acción comercial en las empresas, David PÉREZ	187
La receta del marketing del lujo: cómo el valor simbólico trasciende al producto, Sandra VALDIVIA	197
Biografías	207