



KENNETH J. COOK

Guía completa de AMA para el
**Marketing de pequeñas
y medianas empresas**

GRANICA

P

y

M

E

INDICE

PROLOGO	9
AGRADECIMIENTOS	11
INTRODUCCION	13
Marketing en el ámbito de la pequeña empresa	16
Cómo funciona el programa	18
Una nota sobre las fuerzas externas	21
PASO UNO: SELECCION DE LOS MERCADOS OBJETIVOS	25
Marketing objetivo	26
Segmentación de su mercado	27
Trazado del perfil de sus clientes	39
Calificación de los segmentos de su mercado	48
Resumen y revisión	51
Muestras de hojas de trabajo	55
PASO DOS: ANALISIS DE LOS MERCADOS OBJETIVOS	70
La capacidad de desempeño de su compañía en el mercado objetivo	73
La capacidad de desempeño de su competidor en el mercado objetivo	79
Resumen y revisión	83
Muestras de hojas de trabajo	86

PASO TRES: CLASIFICACION DE LOS MERCADOS OBJETIVOS	97
Pregunta N° 1	98
Pregunta N° 2	100
Pregunta N° 3	102
Pregunta N° 4	104
Pregunta N° 5	105
Clasificación global de los mercados objetivos	107
Resumen y revisión.....	113
Muestras de hojas de trabajo	115
 PASO CUATRO: DESARROLLO DE LOS PLANES DE VENTA	119
Estrategias de marketing	120
Seleccionar una estrategia de marketing para cada mercado objetivo	126
Explicación del proceso de ventas	127
Explicación de las tácticas de venta	129
Desarrollar sus planes de ventas	132
Resumen y revisión	151
Muestras de hojas de trabajo	155
 ULTIMAS PALABRAS	159
 APENDICE	163
Notas	163
Bibliografía escogida	164
Glosario	165
 HOJAS DE TRABAJO	177