

Indice

- Capítulo 1* — LOS '90: LA ERA DE LA MENTE
Escenario, 3
- Capítulo 2* — LOS MERCADOS DE SERVICIOS FINANCIEROS: UN
ANALISIS DINAMICO
Los mercados de servicios, 13
Los servicios financieros, 16
- Capítulo 3* — LA PLACA DE METAL: ORIGEN DE UN FASCINANTE
NEGOCIO
Orígenes y evolución de la tarjeta de crédito, 23
- Capítulo 4* — SISTEMAS DE TARJETAS BANCARIAS: ¿COMO
FUNCIONAN?
Sistemas de comercialización de tarjetas, 35
Componentes de un sistema abierto, 36
- Capítulo 5* — TARJETAS vs. EFECTIVO: LA FUERZA DE LO SIMBOLICO
Enfoque psicosociológico de la tarjeta de crédito, 45
Algo sobre el dinero, 46
Salgamos de compras, 48
Pagar en efectivo o pagar con tarjeta?, 50
Esquema perceptivo, 53
- Capítulo 6* — SEGMENTACION: EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA
Segmentación de mercados, 59
Segmentación por beneficios percibidos, 63
Segmentación: Casos reales de probada eficacia, 65
Diferenciación y posicionamiento, 70
- Capítulo 7* — EL MARKETING - MIX: MAS ALLA DE LAS "4 P's"
El marketing operativo en las instituciones financieras, 77
Planeamiento, 80

- Investigación, 80
- Productos y/o servicios, 80
- Precio, 80
- Ventas, 80
- Comunicaciones, 81
- Capacitación, 81
- Distribución, 81
- Capítulo 8* — PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTOS: LA RESPONSABILIDAD DE LAS AREAS DE RESPONSABILIDAD
 - Planeamiento y objetivos empresarios, 85
 - Es necesario el planeamiento?, 86
 - Planeamiento económico-financiero de cartera para tarjetas de crédito, 90
- Capítulo 9* — CONOCER EL MERCADO: UNA EXIGENCIA COMPETITIVA
 - Investigación de mercados, 97
 - Técnicas de investigación de mercados, 101
- Capítulo 10* — PRODUCTOS Y MERCADOS: SINERGIA Y CREATIVIDAD
 - Productos y servicios, 107
 - Desarrollo del mercado, 113
- Capítulo 11* — CALIDAD: DE ESLABON PERDIDO A PRIORIDAD PARA SOBREVIVIR
 - Calidad: El centro de los desafíos, 119
- Capítulo 12* — PRECIOS: UNA VARIABLE “DURA”
 - La variable precios, 127
 - La matriz cuadrática de precios, 130
- Capítulo 13* — VENTAS: EL CROSS - SELLING EN ESCENA
 - La variable ventas, 137
 - Los “paquetes” de servicios, 143
- Capítulo 14* — COMUNICACIONES: ALGO MAS QUE PUBLICIDAD
 - La variable comunicaciones, 149
- Capítulo 15* — MARKETING SOCIAL: LA GENTE COMO FACTOR DE PRODUCTIVIDAD
 - Por qué marketing social?, 157
 - La variable capacitación, 158
- Capítulo 16* — CULTURA ORGANIZACIONAL: HEROES Y GERENTES
 - Cultura organizacional, 165
- Capítulo 17* — EL FUTURO DEL NEGOCIO: LLEGAN LAS SMART CARDS
 - Tarjetas de débito, 179
 - Esquema de funcionamiento de una red de ATM’s, 182
 - Smart Cards, 183
- ANEXO I* — ANALISIS DE RENTABILIDAD
 - Modelo de análisis de rentabilidad: Sector tarjetas de compra y crédito, 189
- ANEXO II* — MODELO DE PUNTO DE EQUILIBRIO
 - Modelo básico de punto de equilibrio para tarjetas de crédito, 197