

Marketing de servicios profesionales

José María Martínez Selva

Financial Times, Prentice Hall

España, 2002

251 páginas

Precio: \$21.560 (Feria Chilena del Libro)

Hasta hace una cuantas décadas las profesiones liberales se podían contar con los dedos de una mano. Los profesionales, salvo unas escasas excepciones, tenían por aquellos años básicamente una vocación de empleados, a diferencia de lo que acontece hoy, en que el despertar del espíritu emprendedor de los futuros profesionales es parte de la formación académica universitaria.

El autor de esta obra, licenciado en Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Madrid y actualmente catedrático de la Universidad de Murcia (España), además de profesor invitado de la Universidad de Lille (Francia) e investigador visitante de la Universidad de Los Angeles (California), destaca que la acelerada evolución de la sociedad genera cambios en todos los ámbitos del ejercicio profesional.

Dentro de este panorama, el énfasis está puesto en resaltar el escenario que enfrenta el profesional hoy en día.

Considerando esta realidad en la cual debe desplazarse el profesional, Martínez Selva apunta que hay dos factores que son básicos:

uno, que el profesional debe ser conocido y visible; a lo cual se agrega el otro elemento, que es el "saber hacer", que se traduce en calidad de trabajo.

Para privilegiar este aspecto, la obra tiene un enfoque que prioriza lo pragmático por sobre lo teórico. Es así como se refiere a materias vinculadas con elaboraciones de planes de marketing, estrategias generales de marketing, herramientas de marketing para el profesional, relaciones públicas, publicidad, técnicas de entrevistas y comunicación persuasiva en presentaciones orales.

Asimismo, se advierte en la obra que es vital considerar que cada profesión es diferente a las otras y que por lo tanto las recomendaciones que se formulan deben ser adaptadas al ámbito particular de la respectiva actividad.

El autor recuerda, como argumento para explicar el porqué del contenido del libro, la frase que le dijera un prestigioso personaje español en cierta ocasión: "Un profesional no debe anunciarse". Al respecto,

Martínez Selva discrepa rotundamente, ya que si un profesional no aplica en cuanto a sí mismo las técnicas del marketing, sólo podrá señalar que "mi mujer dice que valgo, pero que no me doy a conocer", o que "soy un buen profesional, pero un mal vendedor, por lo que debería asociarme a un vendedor".

Andrés Adler



Marketing de servicios profesionales [artículo] Andrés Adler.

Libros y documentos

AUTORÍA

Adler, Andrés, 1945-

FECHA DE PUBLICACIÓN

2002

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Marketing de servicios profesionales [artículo] Andrés Adler. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile

Mapa