

204 micro ideas para el marketing de servicios públicos

1. Me resisto a trabajar con sistemas vetustos
2. Por una administración relacional, femenina
3. Marketing es ácido contra neoburocracias
4. Siempre apasionados por lo público
5. Escuchemos a la ciudadanía atentamente
6. Marketing es gestión para servicios espléndidos
7. No más pseudométodos, por favor
8. Producción es sinónimo de resultados ciudadanos
9. Jamás imitadores, fantásticos, tenderos o café para todos
10. Producción de servicios desde necesidades reales
11. Creemos necesidades para la vida mejor
12. Facilitemos respuestas a necesidades
13. Experiencias, siempre
14. Administración, trabajadores y ciudadanos, encantados
15. Lo público es más
16. El orden de los factores altera el servicio
17. Sin equipo no hay servicio
18. Un servicio es una idea clave
19. Competencia es calidad
20. Priorizemos públicos de ciudadanos
21. Diseño o soluciones fácilmente usables
22. Fabriquémoslo todo con cero defectos
23. Todos los servicios en la esquina del barrio
24. Jamás propaganda
25. Todo de tú a tú
26. Un servicio termina en la vida cotidiana mejor
27. Un modelo para todos y con todos
28. Trabajemos desde fuera y desde abajo
29. Qué futuro esbozamos y logramos
30. La marca pública es valor imprescindible para la vida mejor
31. Hagámoslo juntos, hagámoslo bien
32. Siempre con otras organizaciones
33. Priorizar es inteligente
34. Dónde y cómo situamos los resultados
35. Somos nuestro catálogo de servicios
36. Somos productores de servicios
37. Quien no innova ya está muerto
38. ¿Logramos los resultados?
39. No me gusta la sosa palabra administración

40. Más gestión y producción
41. Los ciudadanos en el centro de las decisiones, continuamente
42. Organización con los ciudadanos
43. Seamos directivos entusiastas
44. Gestión es cómo lo hacemos todo
45. Que opinen los ciudadanos

46. La burocracia está felizmente en declive
47. Gobierno para liderar la calidad de vida
48. Gastemos bien y gestionemos con los ciudadanos
49. La administración del bienestar es el gran reto
50. La del derecho es sólo administración anémica
51. El presente y el futuro son relacionales
52. En red para la ciudad del bienestar
53. Todos orientados hacia los ciudadanos
54. El procedimiento administrativo es Keops
55. No a los políticos pitonisos délficos
56. Nos va el microcambio continuo
57. Con los ciudadanos, siempre y amen
58. Los equipos para los servicios son lo mejor
59. Optemos por una ciudad de gestión relacional
60. Sin trabajadores motivados no hay servicios óptimos
61. No más casillas estúpidas organigramáticas
62. No más niveles constitutivos de castas
63. No más funcionarios in aeternum
64. Equipos, equipos y equipos
65. Equipos implicados
66. Trabajadores responsables
67. Catálogo global, valorado
68. Valor clave de marca como eje
69. Estructura fácil
70. Mimemos muchísimo la edición del catálogo de servicios
71. Un servicio es una idea útil
72. Los equipamientos son cajas de ideas útiles
73. Una idea que encaje con una necesidad
74. Trabajamos siempre con ideas
75. La idea surge de la necesidad
76. Urgen equipos creativos
77. Las ideas envejezen
78. Un servicio no es dinero, equipamiento...
79. Todo servicio forma parte de un ecosistema
80. Competitividad significa mejora continuada
81. Todo servicio es para un conjunto de ciudadanos
82. No inventemos públicos exóticos
83. Público objetivo: ciudadanos familiares
84. Público potencial: conjunto más o menos homogéneo, conocido
85. El carnet de identidad traza el perfil del público
86. El carnet de estilo de vida facilita su comprensión
87. Con la segmentación nos acercamos al público con microscopio
88. Invirtamos tiempo y recursos en nuestro público
89. El público objetivo sale del priorizar los segmentos
90. Idea útil y público casan: hay servicio
91. Ejemplos como sugerencias para el trabajo
92. El servicio se termina de fabricar en el momento del uso
93. La personalización del servicio es indispensable

94. Todo servicio es un paquete de servicios
95. El paquete es la idea/servicio para el público, superusable
96. El servicio nuclear es el básico
97. Los periféricos no son jamás decorativos
98. El paquete asegura superar las expectativas
99. Un periférico puede generar otro servicio
100. Analizemos servicios para mejorar los nuestros
101. El servicio está en constante producción
102. Qué necesitamos para producir un servicio
103. Todo servicio tiene un argumento de uso y satisfacción
104. Sin creatividad no hay servicio
105. Necesitamos equipamientos acogedores, amables, diseñados
106. El equipo de contacto es el mejor de la administración
107. Estemos en la línea de los servicios con energía apasionada
108. Urgen equipos comunicativos
109. Por una economía orientada al ciudadano
110. Por una gestión económica para servicios cotidianos
111. Todo siempre gratis no funciona
112. Los servicios siempre optan por la proximidad
113. Coproduzcamos los servicios con otras organizaciones
114. Optemos por el sector asociativo de los ciudadanos
115. Calidad es cero defectos
116. Controlemos los tiempos
117. Invirtamos mucho en innovación
118. Directivos centrados en equipos
119. Todo con entusiasmo
120. Dónde tomaremos las decisiones básicas
121. Comunicar es convencer
122. Para comunicar escuchemos al público objetivo
123. Los ciudadanos priorizan los servicios desde la comunicación
124. Que vengán corriendo
125. Jamás comunicaciones frías, oficiales
126. Siempre emocionantes, al corazón
127. Este servicio me va: es bueno
128. De éste me siento partícipe
129. Éste es mi vida
130. Sugiramos, motivemos
131. Comunicuemos la idea útil en forma de promesa
132. La comunicación la escribe el equipo del servicio
133. Facilitemos que nos identifiquen rápidamente
134. Cúales es vuestro secreto en comunicación
135. Es buena si convence
136. Textos cortos, directos, sugerentes
137. Debe llegar a tiempo
- 137 bis-Jamás imitaremos
138. Menos publicidad y más relaciones directas
139. Personal en contacto y ciudadanos se encuentran
140. Si la intercomunicación falla al servicio no funciona

141. Servicios satisfactorios, insatisfactorios o líderes
142. Hemos de apostar por servicios que entusiasmen
143. Sobran aparatos de tecnoestructura
144. Midamos, sepamos, preguntemos
145. Mejoremos cosas concretas
146. Los óptimos servicios crean óptima vida ciudadana
147. Los servicios entusiastas fidelizan enormemente
148. Todo lo que no se renueva, languidece
149. Dónde vamos a tomar decisiones contundentes
150. Organizémonos como equipo de equipos
151. Un equipo para el día a día
152. Equipos sin monotonía
153. Las administraciones no relacionales son arqueológicas
154. Qué nos piden los ciudadanos
155. En red activa para la ciudad mejor
156. Impliquemos a las asociaciones, ya
157. Contundente visión actual para el futuro
158. Qué vamos a lograr y hacer en concreto
159. Somos un valor para la vida personal y común
160. El valor es la organización
161. Planificar comporta priorizar
162. Sumemos, sumemos y sumemos
163. Analizemos el fuera y el dentro con precisión
164. Se impone priorizar
165. Dónde situamos los recursos
166. La administración es su gente en equipos
167. Cogestión es la manera cómo trabajemos
168. Economía en los equipos
169. Un equipo en red
170. Todo próximo
171. Somos nuestro catálogo
172. Un catálogo con todos los servicios
173. La producción es la tarea de los equipos
174. Servicio es idea útil, repito
175. Servicio es público objetivo de ciudadanos
176. Servicio es servicios
177. Fabriquemos el servicio con método
178. La comunicación acerca el servicio al público de ciudadanos
179. Optemos por profesionales brillantes en comunicación
180. Cuidemos el momento vital del uso del servicio
181. Mejorar, siempre
182. Lo importante son los resultados en la ciudad
183. Fidelización es confianza en lo público
184. Quien no avanza, retrocede
185. No mas pesadez del siempre lo mismo
186. Los ciudadanos siempre y lo primero
187. Todo servicio aporta sentido para la vida ciudadana
188. Pensemos antes de gestionar

189. Las ideas primero
190. Compartamos conceptos fuertes y actuales
191. Estamos en las ciudades de la inteligencia
192. Somos lo que ideamos
193. Ideas proactivas para la vida ciudadana espléndida
194. Tengamos mente de hoy
195. Tengamos un método
196. Apostemos por resultados exitosos
197. Decidamos sin aplazamientos
198. Todo para todos es todo para nadie
199. En marketing se piensa, se crea, se gestiona
200. La comunicación jamás es un apéndice
201. La calidad brilla en el momento del uso
202. Necesitamos gente emprendedora
203. Quien no lee se atrofia
204. Con los ciudadanos es mi lema profesional y vital