

LIBROS Y DVDs

» Lecturas para ser mejor empresario «

Innovación en tiempos de crisis



Fons Trompenaars y Charles Hampden-Turner

En el progresivo oligopolio del mundo de los negocios, en el que ideas ya formuladas pueden copiarse y reinventarse a un coste cada vez menor, la

renovación permanente de las soluciones creativas es lo que marca la diferencia definitiva de los supervivientes. Se ha escrito mucho (aunque por separado) sobre creatividad e innovación, así como, sobre cultura corporativa y enfoques mecanicistas y estructurales en el campo de la innovación. Pero lo que hace falta es un único cuerpo de conocimientos en forma de libro de fácil lectura que integre todos estos temas. ■

Profesionales en evolución



Elena Méndez y Javier Carril (directores de la obra)

Profesionales en evolución es un libro escrito en red por la comunidad de expertos en Evolución, que ofrece contenidos

concretos y útiles para las personas en el desarrollo de su carrera profesional y a la vez, muestra el espíritu del trabajo en red. Está dirigido a todas aquellas personas que desean construir una trayectoria sólida, desarrollar habilidades como la comunicación, creatividad e intuición relacionadas con el liderazgo, la gestión emocional o la resolución de conflictos. ■

www.lideditorial.com

Creatividad publicitaria eficaz



Carlos Navarro Gutiérrez

La creatividad comercial y su eficacia es un tema de la máxima actualidad en el mundo de los negocios. Desde que la publicidad existe como herramienta

de comunicación, sus protagonistas, publicitarios y anunciantes, nunca se han puesto de acuerdo sobre las auténticas claves de la creatividad que ambos necesitan para vender sus productos. Todos ellos esperan un libro como éste, que dé respuesta a cuestiones tan candentes como ésta: ¿de qué depende la eficacia creativa de los anuncios y campañas que las empresas lanzan para sus marcas? ■

Marketing con visión de futuro



Rudy Moenaert, Henry Robben, Peter Gouw y León Ezcurra

“Lo complejo es fácil, lo sencillo es lo difícil”. El marketing de éxito en estos tiempos sin duda necesita desesperadamente

un liderazgo en el pensamiento que fomente la creación de conceptos potentes pero fáciles de ejecutar. Este libro brinda una nueva perspectiva orientada a la acción sobre cómo las empresas pueden desarrollar un negocio sostenible. La obra ofrece un acercamiento práctico para que el lector pueda hacer uso de los conceptos básicos y aplicarlos. ■

www.esic.es

¡Éxito!

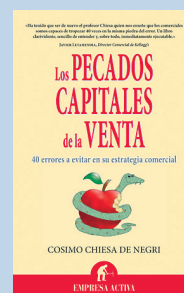


Jordi Vila Porta

Esta obra es la síntesis de más de 30 años de experiencia de su autor en el mundo de las ventas, tanto como comercial de calle, como creando, dirigiendo, formando y motivando a equipos comerciales.

A lo largo de este tiempo, fruto del estudio de miles de entrevistas con comerciales y del análisis de los rendimientos de equipos de varios países, Jordi Vila Porta ha desarrollado una metodología propia, totalmente diferente a la convencional, cuyos sencillos consejos permitirán al lector superar sus objetivos de venta. ■

Los pecados capitales de la venta



Cósimo Chiesa

¿Estamos preparados para vender y desarrollar estrategias comerciales efectivas en un entorno tan competitivo y en crisis como el que atravesamos? ¿Cómo hacer frente

a unos clientes cada vez más exigentes, a una competencia altamente preparada o a unos vendedores poco motivados? A través del análisis y la reflexión, *Los pecados capitales de la venta* enumera los principales errores que se cometen de forma habitual en el ejercicio diario de la venta y propone una serie de medidas que, llevándolas a la práctica, facilitarán la labor y los resultados de los comerciales. ■

www.edicionesurano.com