

Sin miedo ni excusas

Autor: **Larry Smith**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **17,50 euros**
Páginas: **320**



Casi sin darse cuenta, el profesor Larry Smith se ha convertido en un “susurrador de carreras” para sus alumnos de la universidad de Waterloo, Canadá.

Cada año millones de graduados universitarios salen al mercado laboral sin una idea de lo que quieren conseguir. Smith destaca que solo unos pocos afortunados tienen absolutamente claro qué es lo que quieren hacer de su vida. El resto de los mortales tiene que dejar de lado sus miedos y excusas y hacerse las preguntas importantes y difíciles que le permitirán tener una gran carrera profesional que satisfactoria durante toda la vida.

Con un estilo directo y cuestionador, este es el libro imprescindible para todo estudiante terciario, y profesional en período de reinención, que se pregunte cuál quiere que sea su lugar en el mundo.

El comercio electrónico

Autor: **David Villaseca Morales**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **20 euros**
Páginas: **248**



El comercio electrónico es una realidad que ha ocupado un espacio relevante en la vida diaria de la mayoría de nosotros. Cada vez compramos más online y esto no hará más que seguir creciendo en el futuro. La contrapartida lógica de esta realidad palpable, es que el e-commerce está generando y generará cada vez más oportunidades profesionales para ganarnos la vida, bien como emprendedores o bien trabajando para una empresa que venda online.

¿Cómo desarrollar un comercio electrónico de éxito? Esta es una cuestión que puede ser interesante para muchas personas en su presente o futuro profesional.

Este libro es un compendio de todo lo relevante que se debe conocer en la venta online, que va desde entender los posibles modelos de negocio y poder hacer planteamientos estratégicos competitivos, hasta todo tipo de aspectos prácticos como son la elección de la plataforma tecnológica, el enfoque de las operaciones (en especial de la logística), la internacionalización del negocio y, sobre todo, los secretos de la venta.

La venta online comprende un ciclo que analizamos a través del «funnel» de conversión que se realiza en diferentes etapas: atracción de potenciales clientes a la web, optimización de la conversión (CRO), optimización del pedido medio y, una de las claves, la fidelización. El ciclo captación-conversión-fidelización ocupa una parte relevante de las claves del éxito que es necesario conocer.

La Experiencia de Cliente Rentable

Autor: **Varios autores**
Editorial: **DEC**
Precio: **58 euros**



La Experiencia de Cliente es el recuerdo que se genera en la mente del consumidor, como consecuencia de su relación con la marca. A principios de la década pasada, algunas organizaciones comenzaron a vislumbrar que la decisión previa y posterior de la compra, incorporaba componentes emotivos y relacionales, de forma que la relación con el cliente no tenía que apoyarse exclusivamente en el producto, sino en la percepción que se tenía del mismo. Algunas compañías como Starbucks, Apple, Harley Davidson, Virgin, Nespresso, Havaianas, Bloomingdale's o Amazon han basado su éxito empresarial en alcanzar una conexión diferente con sus clientes actuales y futuros.

Ante la creciente importancia de este fenómeno en el mundo empresarial y académico, DEC (Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente) ha editado su primer libro, escrito de manera colaborativa entre grandes profesionales de este país y aportaciones de los mejores expertos internacionales, cuyo contenido recoge todas las áreas y materias que un profesional interesado en la Experiencia de Cliente debe conocer. Dicho conocimiento está enmarcado en el framework de la Onda de Cliente de DEC, metodología de trabajo contrastada que establece cinco ámbitos clave (identidad, impulso, involucración, interacción e interpretación y acción) para impulsar organizaciones customer centric.

Crecimiento e internacionalización de empresas

Autor: **Inmaculada Martín Rojo**
Editorial: **Sintesis**
Precio: **24 euros**
Páginas: **224**



El actual proceso de globalización afecta a la gestión empresarial y condiciona sus estrategias de crecimiento e internacionalización, de ahí la necesidad de abordar el estudio de esta problemática considerando las peculiaridades de este nuevo entorno económico globalizado.

Esta obra, dirigida a profesionales, investigadores y estudiantes universitarios, analiza aspectos de gran actualidad como son las nuevas formas y estrategias de crecimiento e internacionalización, haciendo especial referencia a las nuevas redes de empresas, y asimismo presenta en los anexos finales datos de interés sobre el tejido empresarial turístico español y la internacionalización de las compañías de este sector.