



libros

Cómo incrementar la rentabilidad comercial



Este libro explica, paso a paso, las fases de un proceso de venta, la tipología de vendedores y clientes y los trucos necesarios para cerrar una venta. Estrategias para la planificación y la organización de un equipo de ventas motivado.

Jordi Garrido defiende que "en las empresas se acostumbra a utilizar el término 'estrategia' de una forma gratuita y con poco rigor. A la hora de la verdad, [...] pocas empresas [...] diseñan unas sólidas y efectivas estrategias de marketing". Y es en ese vacío donde entra en juego este libro. "Las tácticas de venta no pueden usarse de una forma intuitiva sino que deben ser reacciones conscientes y planificadas a problemas que se presentan habitualmente, y siempre bajo el paraguas de las estrategias comerciales y de marketing diseñadas por la empresa", argumenta. No es lo mismo "decir tenemos que realizar un estudio sobre la competencia", que decir "tenemos que

realizar un estudio sobre la competencia que nos dé información como mínimo sobre el número total de empleados de la empresa destinados a producción, comerciales, etc.; sobre clima laboral; sobre la estructura del equipo de ventas; sobre la profesionalidad del personal del departamento de ventas; adecuación de la estructura comercial a la empresa; formación y experiencia de los directivos respecto al producto; volumen y capacidad productiva; equipamiento industrial y técnico; grado de cualificación del personal de producción; capacidad financiera del negocio; política de precios...". Este sencillo manual aborda los procedimientos, conocimientos y actitudes necesarios e imprescindibles para la formación de un vendedor, así como los fundamentos y conceptos más importantes para la organización y gestión de un departamento de ventas.

Tácticas magistrales de venta
Jordi Garrido i Pavia
Verticales de bolsillo / Management
Precio: 9,90€

LIDERAZGO

El emprendedor optimista

Claudio Gregoire, psicólogo y asesor de empresas en materia de Recursos Humanos, se quedó ciego a los 17 años como consecuencia de una malformación de sus vasos sanguíneos. Tras superar una profunda depresión y cambiar de actitud, sustituyó su pérdida de visión física por una visión emprendedora en todos los aspectos de su vida. Este libro está dirigido a todos aquellos que creen en el emprendimiento como una actitud de vida que contribuye a la satisfacción personal y que impulsa claramente su desarrollo profesional.



Puede ser un buen día. Claudio Gregoire Pino. Empresa Activa. Precio: 12€

MARKETING

Los conceptos, con práctica entran

Demanda, cuota de mercado, previsión de ventas, segmentación de mercados, investigación comercial, distribución comercial, localización de puntos de venta y fijación de precios son los conceptos básicos que aborda este manual aplicados a ejercicios prácticos. A través de 76 ejercicios, este libro sirve como guía para revisar conceptos clave de marketing tanto para estudiantes (como herramienta de estudio, repaso y aplicación), como para profesores (como instrumento de apoyo a sus clases), pero también para profesionales.

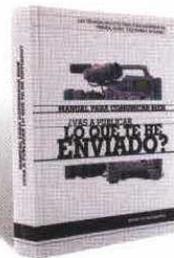


Prácticas de marketing. Ejercicios y supuestos. Sonia San Martín. ESIC Editorial. Precio: 16€

RR PP

Vamos a llevarnos bien con los medios

¿Trabajas en un gabinete de prensa o en una agencia de comunicación? Puede que te interese este libro. Miguel del Río, autor también de *Manual práctico de protocolo y Gabinetes de prensa*, y responsable de prensa del Parlamento de Cantabria durante 20 años, aborda ahora en este extenso manual (640 páginas) cómo pueden relacionarse mejor los responsables de gabinetes de comunicación con los medios y sus periodistas, conociendo cómo trabajan para poder comunicar adecuadamente sus mensajes.



Manual para comunicar bien. Miguel del Río Martínez. Ediciones Gonpat. Precio: 60€