
	Tirada: 5.500	Sección: -	
	Difusión: 5.000	Espacio (Cm_2): 51	
Nacional	Audiencia: 17.500	Ocupación (%): 10%	
Publicidad		Valor (€): 189,00	
Mensual	01/07/2009	Valor Pág. (€): 1.770,00	
		Página: 69	Imagen: No

COOLHUNTING

Por primera vez, haciendo un extraordinario alarde de transparencia, un coolhunter (Víctor Gil, hasta hace poco en The Cocktail Analysis) comparte las bases teóricas y las herramientas que le permiten llevar a cabo su trabajo de diagnóstico de tendencias, favoreciendo así que otros puedan añadir estas competencias a su labor cotidiana. El autor defiende que, por encima de una profesión, el coolhunting es un conjunto de habilidades que pueden aprenderse y aplicarse a cualquier tipo de negocio, independientemente del sector o del tamaño de la compañía en la que se trabaje. También se presentan los últimos avances de la disciplina, relacionados con el desarrollo de Internet (coolhunting 2.0) y el ascenso del coolhunting colaborativo, ámbitos en los que el autor está especializado. El libro está editado por Empresa activa.