

Ventas y marketing. Un solo corazón

Autor: John Jantsch

Editorial: EmpresaActiva

● Este libro está diseñado para enseñar al lector cómo reformular la visión de lo que significa vender en el mundo actual. Está dividido en tres partes. La prime-

ra se centra en dotar al vendedor la mentalidad que le permitirá actuar como guía de clientes. La segunda ofrece nuevas técnicas y habilidades y, la última, va dirigida a empresarios, directores comerciales, gerentes de ventas, etc.



¿Por qué motivar a la gente no funciona, y qué sí?

Autor: Susan Fowler

Editorial: EmpresaActiva

● Fowler recoge las más recientes investigaciones en el campo de la motivación y el liderazgo, poniendo de manifiesto que no comprender lo que significa la

motivación conlleva no saber aplicar las técnicas que la promueven. Aceptar que muchas técnicas de motivación que se han implantado durante los últimos años han sido contraproducentes, permite considerar otras formas de motivar.



Responsabilidad social corporativa competitiva

Autor: Cristian Rovira

Editorial: EmpresaActiva

● En los últimos años se ha puesto de moda el término de Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pensando como una manera de que las empresas devuel-

van a la sociedad parte de sus beneficios. Sin embargo, en la práctica, muchas compañías se han acostumbrado a lavar su imagen y maquillar sus malas prácticas con acciones de este tipo, y en la mayoría de los casos estas supuestas buenas intenciones se quedan en meras campañas de marketing.

