

MARKETING

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA SALIR FORTALECIDO

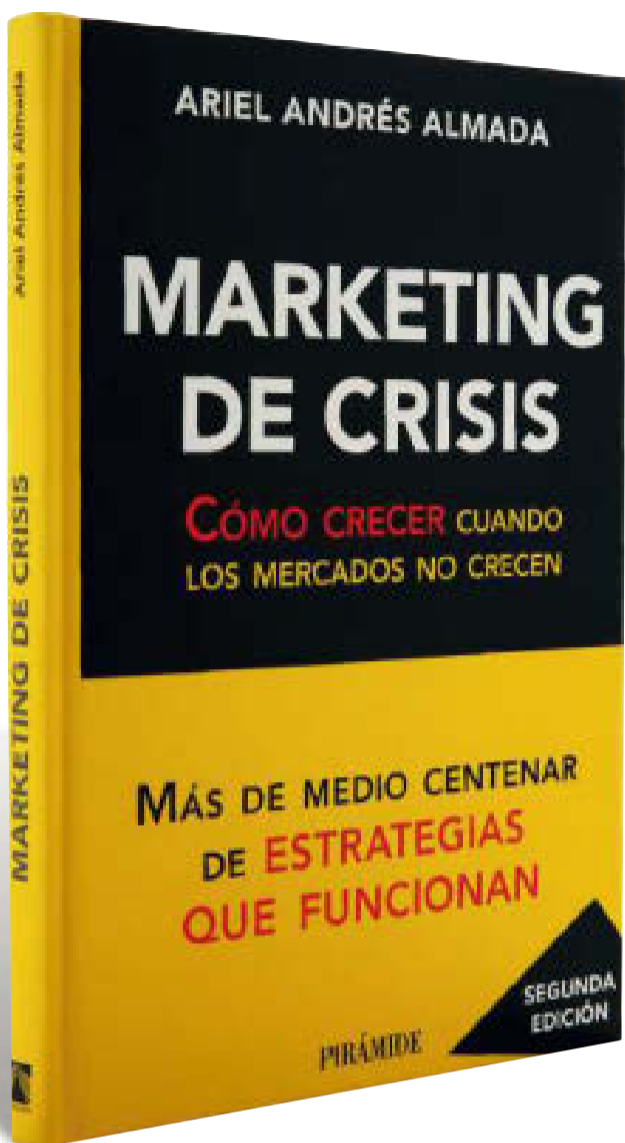
Siempre es mejor estar preparado, si sabemos que por la dinámica de los mercados las cosas pueden ocurrir. Con ejemplos y más de medio centenar de estrategias de marketing anticrisis, no sólo para sobrevivir sino para salir fortalecido de una crisis.

Tarde o temprano, tendremos que enfrentarnos a una crisis y nuestra obligación será adaptar la estrategia de marketing a esa nueva realidad. Esta afirmación de Ariel Andrés Almada no es una amenaza, sino una premonición, que se cumplirá sí o sí, principalmente, por la velocidad vertiginosa en la que están sucediendo los cambios.

Marketing de crisis. Cómo crecer cuando los mercados no crecen. Ariel A. Almada Ediciones Pirámide / 22€

Aceptando y preparándonos para esa 'premonición', "lo primero que debemos hacer es comprender que lo que funcionaba hasta ayer ya no funcionará de aquí en adelante. Las reglas han cambiado y nosotros debemos cambiar con ellas si queremos sobrevivir". El autor sostiene que en ningún otro momento de la historia se produce tanta transferencia de riqueza como durante las crisis económicas. "Con una aplastante lógica darwinista, unas empresas ganan

y otras empresas pierden. ¿Qué hacen exactamente las compañías que ganan?". A través de multitud de ejemplos y de más de medio centenar de estrategias de marketing anticrisis, Almada propone soluciones concretas y fáciles de llevar a la práctica. Sus propuestas son herramientas no sólo para sobrevivir, sino para salir fortalecido de los momentos de crisis. "Nos asegurarán buenos resultados en lo inmediato, siempre y cuando las apliquemos a conciencia", afirma.



ECONOMÍA

HACIA UN ENTORNO POSITIVO

Sus autores, John Mackey y Raj Sisodia, están convencidos que esta obra es indispensable para toda persona que quiera construir un mundo más humano y cooperativo, y un futuro mejor para todos. Su idea base es que la creación de valor de las sociedades no es sólo para los accionistas, sino para todos: clientes, empleados, proveedores, inversores, para la sociedad y el medio ambiente. Siguiendo sus principios se pueden construir mejores empresas y negocios que hagan que el capitalismo alcance todo su potencial y cree valor para toda la sociedad.

Capitalismo consciente
John Mackey y
Raj Sisodia
Empresa Activa
Precio: 18,50€



'E-COMMERCE'

CLAVES DEL 'SOCIAL SELLING'

En palabras de su autor, Álex López, esta obra acerca al lector al *social selling* con una visión muy práctica y divulgativa. "En el libro no he intentado explicar a los vendedores cómo vender, solo faltaría. Muchos de los profesionales con los que comparto sesiones tienen mucha más experiencia que yo y ya están curtidos en mil batallas. Lo que intento transmitir es cómo utilizar las redes sociales profesionales y presentar diferentes herramientas al alcance para mejorar partes del proceso de ventas teniendo en cuenta al nuevo cliente digital".

Cliente digital, vendedor digital
Álex López
Ediciones Códice
Precio: 20€



EMPLEO

BÚSQUEDA ACTIVA

Basado en el análisis de informes y en entrevistas a directores de departamentos de dirección de personas, este libro recoge un abanico de nuevas profesiones. Además, aborda la ardua tarea de crear la propia marca personal, algo mucho más importante y complejo que elaborar un currículum, y en este empeño, las redes sociales serán tus aliadas. El libro también trata técnicas como la del *elevator pitch*, las fases en el proceso de selección, la actualización en LinkedIn, Facebook y Twitter, la entrevista telefónica y personal, la importancia del lenguaje verbal y no verbal...

Aquí hay empleo y te enseñamos cómo buscarlo
Amparo Díaz-Llairó y Consuelo León
Ediciones Pirámide
Precio: 14€

