

Tesla, Inventor de la modernidad

Autor: **Richard Munson**
Editorial: **Indicios**
Precio: **21 euros**
Páginas: **344**



Los inventos de Nikola Tesla transformaron el mundo y, sus visiones, son la gran inspiración de las nuevas generaciones.

Tesla inventó la radio, los robots y el control remoto. Sus motores eléctricos de inducción están detrás de nuestros electrodomésticos y de nuestras fábricas. Su primer éxito, la corriente alterna, es la base de todas las redes eléctricas.

Pero Tesla era un personaje peculiar, lleno de manías que murió solo en un hotel de Nueva York.

En esta nueva biografía, Richard Munson nos retrata tanto al personaje como a sus invenciones y las pone en el debido contexto histórico, todo escrito con un estilo que hace que esta biografía se lea como un auténtico thriller.

Conocerme, comprenderte, sintonizar

Un modelo de estilos de personalidad

Autor: **Carlos San Antonio Monsell**
Editorial: **Fundación Confemetal**
Precio: **11 euros**
Páginas: **158**



En este Manual se explican los distintos Estilos de Personalidad; podrás saber cómo eres tú mismo o, mejor aún, cómo te ven los demás (conocerme), podrás elucubrar y entender cómo piensan, sienten y se comportan los otros (comprender), y mejorar tus resultados en las relaciones (sintonizar).

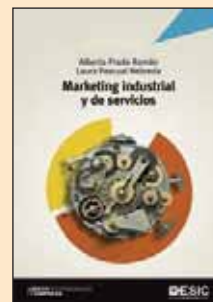
Una de las grandes virtudes de este Modelo de Estilos para sintonizar con distintas personas es que está validado por cientos de personas que lo aplican en diferentes países. Para negociar, para dirigir con efectividad, para mejorar relaciones interpersonales con pareja, hijos, familia, amigos y compañeros de lo que sea, incluido el trabajo.

Otra más de las varias virtudes y ventajas del Modelo es que es inocuo, descriptivo. No se induce a nadie a cambiar de Estilo porque cualquiera es bueno o no, según se mire y se aplique.

Lo que sí se recomienda es crecer en la tercera dimensión: la FLEXIBILIDAD. Que es la que nos permite estar más cerca de los demás y empatizar más fácilmente. Todo esto lo desarrollamos pasito a pasito, in crescendo.

Marketing industrial y de servicios

Autores: **Laura Pascual Nebreda y Alberto Prado Román**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **20 euros**
Páginas: **248**



Actualmente, la estrategia de servicios es considerada como uno de los puntales del marketing para poder diferenciarse unas empresas de otras.

En un mercado, el actual, en el que la oferta es desmesurada y que las empresas luchan por ofrecer a sus clientes productos que se adapten mejor a las necesidades de los clientes, el establecimiento de una correcta estrategia de servicios es la mejor estrategia de adaptación. A pesar de que los clientes puedan percibir a los productos ofertados como muy parecidos, las estrategias de servicios se adaptarán exclusivamente a ellos. Tanto la elección del personal que les atenderá, como la atención al cliente, la forma de vestir de los empleados, o la estrategia de atención al cliente, entre otros aspectos, nacerán teniendo en cuenta las características personales y únicas de sus clientes.

A través de este libro, se analizarán las estrategias de servicios que permitirán a las empresas diferenciarse de sus competidores y generar una imagen única y fácilmente identificable por los consumidores, generando un factor de diferenciación que atraerá a los distintos consumidores del mercado.

Palabras que venden

Qué hay que decir para influir y tener impacto

Autor: **Phil M. Jones**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **9,5 euros**
Páginas: **144**



Este es un breve libro lleno de sabiduría y sencillez que nos indica exactamente qué es lo que debemos decir, y en qué circunstancias, para influir en las personas y tener un mayor impacto.

Aunque estos consejos sirven para todo tipo de circunstancias, están especialmente dirigidos a vendedores que buscan algo más que cerrar una venta concreta, y buscan convertir clientes temporales en clientes permanentes.

Un mensaje que ha demostrado su universalidad y adaptación a todo tipo de culturas y situaciones.