

Recomendamos



Ventas basadas en la confianza
Green, Charles
Ed. Gestión
2000
308 páginas
24,85 euros

Crear relaciones a largo plazo con los clientes

Charles Green describe una forma de vender que valora la relación por encima de la transacción, instauro la confianza en el proceso de venta y se centra en actuar en beneficio de la clientela. Con numerosos ejemplos de la vida real de varios sectores, este libro es una guía autorizada para vender en un mundo cada vez más interconectado.



Siente a Aristóteles en su Consejo
Carreto, Luis
Ed. Almuzara
209 páginas
16 euros

Aproveche las fórmulas clásicas en su empresa

Un libro para aplicar las teorías de los grandes clásicos de la filosofía a la gestión de su compañía. Aunque se vale de varios autores, Luis Carreto utiliza sobre todo las cinco virtudes aristotélicas: verdad, belleza, bondad, unidad y amistad. A partir de estas cualidades, el autor desarrolla una serie de estrategias adaptadas al mundo de hoy.



Gente de mente
Fonseca, Agustín y Aldrey, Sergio
Ed. Aguilar
208 páginas
16 euros

Póngase a prueba y potencie su inteligencia

Después de su adaptación a la televisión, Aguilar publica este libro con el que el lector podrá ejercitar sus agilidades mentales. Para ello, se incluyen numerosos pasatiempos para agudizar el ingenio y el razonamiento lógico. Pensado para personas curiosas y creativas, pretende desarrollar las habilidades sociales y la autoestima.



Exprieme la idea
Fallon, Pat y Senn, Fred
Lid Editorial
213 páginas
19,90 euros

Consejos prácticos para mejorar la creatividad

Tras casi 30 años siendo una de las agencias de publicidad con más éxito en sus campañas, Fallon Worldwide, a través de dos de sus creativos estrella, ha decidido plasmar sobre papel su experiencia. Con un enfoque práctico, el libro facilita algunas claves sobre, por ejemplo, cómo retener a los talentos y cómo optimizar la estrategia de medios.



E-mociones
Bach, Eva y Forés, Anna
Ediciones Ceac
203 páginas
14 euros

La tecnología como arma de relación interpersonal

Una nueva visión de la realidad virtual para aplicarla, sobre todo, al mundo de la educación. Frente a la concepción habitual de la tecnología como algo frío e impersonal, este libro propone una concepción de ella como una herramienta para fomentar la humanidad y desarrollar un nuevo concepto de encuentros comunicativos.