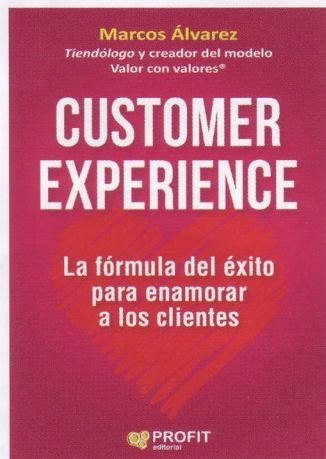


# Bibliografía



## Customer Experience

Tan sólo dos años después de que Steve Jobs presentara el primer iPhone en enero de 2007, Apple –que nunca había vendido teléfonos móviles hasta la fecha– desbancaba a Nokia como líder en el sector de telefonía. La multinacional de la manzana cambió la industria de la comunicación y, lo que es más importante, la vida de sus clientes. ¿El secreto del éxito? Adelantarse a sus competidores al descubrir y ofrecer una experiencia extraordinaria a sus usuarios. Un buen ejemplo de cómo las reglas del juego han cambiado y actualmente es el cliente el que tiene el poder en su mano, vía smartphone. Aquellas organizaciones que no sean capaz de tenerlo en cuenta pueden dar por seguro que tienen sus días contados. El objetivo es poner al cliente en el centro de negocio y este libro muestra cómo implantar en la empresa el modelo *Valor con tus valores*, que ayuda a orientar la estrategia hacia el cliente, aportando valor, sorprendiéndolo y, de paso, incrementando el resultado del negocio.

**Marcos Álvarez**  
Profit Editorial

Travessera de Gràcia, 18, 6º, 2ª  
08021 Barcelona  
Tel 934 109 793  
www.profiteditorial.com



## Vender de cine

En estas páginas el lector encontrará de una manera didáctica muchas vivencias diferentes que el autor salpica con anécdotas de sus más de veinte años de actividad vendedora. Momentos unos amargos y otros dulces como los que viven también los inolvidables personajes del Séptimo Arte. Con un objetivo: que el que llegue al “The End” de este libro saque dos conclusiones: una, la certeza de que realmente se puede vender de cine y dos, que además sepa cómo hacerlo. Dedicado a los vendedores, “a los profesionales que tienen la inmensa responsabilidad de traer y atraer negocio para la empresa”, en busca de un cliente cada vez más exigente y menos fiel. Porque en una transacción comercial hay dos partes: el vendedor y el cliente. Y los primeros tienen el objetivo de crear un vínculo, a poder ser eterno, desde la escucha y el conocimiento para poder asesorar con honestidad y profesionalidad. Por la parte del cliente, el libro ahonda en lo que le motiva a comprar y cómo descubrirlo.

**Miguel Iribertegui**  
ESIC Editorial

Avda. de Valdeñigrales, s/n  
28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid  
Tel 914 524 133  
www.esic.edu/editorial