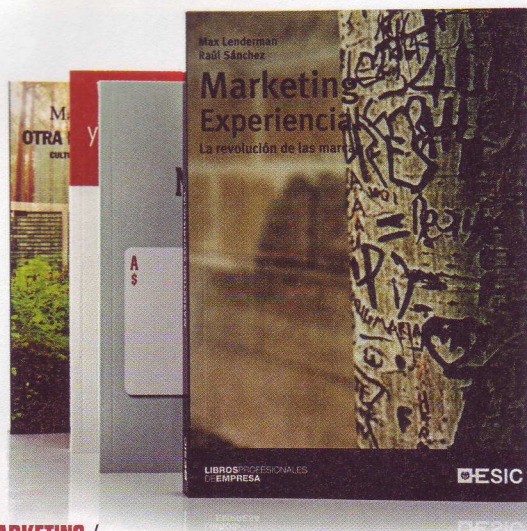




/ MARKETING /

Únete a la revolución del marketing experiencial

Autenticidad, interacciones personales y dar poder al consumidor individual. Sobre estos tres polos gira el marketing experiencial.

Nos atrevemos a decir –bueno, ya lo dicen los estudios y los expertos en el tema– que el consumidor está harto del ‘acoso’ de la publicidad convencional, cada vez más intrusiva. Frente a esto, está surgiendo una tribu de ‘ateos de las marcas’ y ‘resistentes a la compra’, que son capaces de ignorar mensajes genéricos dirigidos a sus ojos en la calle, la tele y la pantalla del ordenador. Piden respeto, reconocimiento y diálogo. Y todo esto lo dice un experto a la vanguardia del marketing experiencial, **Max Lenderman**, que ha reunido en este libro toda su sabiduría. “La mejor forma de hacerlo –solucionar el problema inicial– es ofrecerles mensajes personalizados, relevantes, memorables y significativos”. Habla de quiénes son los nuevos revolucionarios del marketing, cómo piensan y operan y por qué son importantes en el mundo cambiante de las marcas. Revela cómo se puede interactuar con el consumidor y qué debe esperar de las empresas que quieren su atención y lealtad.

Marketing experiencial / M. Lenderman y R. Sánchez / *Esic Editorial* / 15 €



/ FINANZAS /

¡Sí, hay alternativa!

La crisis financiera de 2008 obligó a reconsiderar las prácticas económicas existentes. Los daños económicos, sociales y humanos que ha provocado han hecho que se ponga en entredicho la inevitabilidad del capitalismo sin trabas. Este libro examina el florecimiento de experimentos innovadores en la organización del trabajo y la vida como cooperativas, redes de trueque, banca ética, bancos de tiempo compartido, etc.

Otra economía es posible / Manuel Castells / *Alianza Editorial* / 19,50€

El Panel de Hogares
y la toma de decisiones
comerciales



/ MARKETING /

Investigación de mercado

El Panel de Hogares es una de las herramientas de investigación de mercados más importantes por su carácter estratégico. Este libro profundiza en ella para mostrar su capacidad analítica que ayuda a observar las tendencias en la compra de los hogares y para minimizar el riesgo en la toma de decisiones de cualquier actividad de marketing o comercial: nuevos lanzamientos, optimización del surtido, campañas...

El Panel de Hogares y la toma de decisiones comerciales / C. Gómez, M. Requena y Y. Yustas / *E. Pirámide* / 21€

/ HABILIDADES /

Cuando todos ganan

Negociamos desde que nacemos. Como todos negociamos a diario, las decisiones que tomamos afectan a otros e inevitablemente, en algún momento, surgirán conflictos que, además de formar parte de nuestra vida, nos permitirán crecer y aprender. La negociación no es un fin en sí misma, sino un medio para alcanzar unos objetivos de forma satisfactoria con un resultado global que produzca el mayor beneficio posible. Este libro presenta destrezas para saber negociar.

Negociar / J.M. Acosta / *ESIC Edit.* / 15€