



## Un departamento crítico



Conocimiento y experiencia en un mismo volumen para descubrir el proceso de venta y la organización del departamento comercial. Esta es la promesa de este libro para conseguir lo que **Zyman**, ex directivo de **Coca-Cola**, definía como éxito en márketing: "Es vender más cosas, a más gente, más frecuentemente, por más dinero y más eficientemente". **Edita:** Esic. **Precio:** 25 euros