

Entre las últimas novedades editoriales sobre gestión empresarial encontramos obras centradas en cómo mejorar las estrategias de venta y en cómo los sistemas de información nos ayudan a optimizar la organización y el funcionamiento de nuestra compañía.



El vendedor desafiante

Matthew Dixon y Brent Adamson



Formación de vendedores: saber para vender

Jaime Rivera Camino y Victor Molero Ayala



Grandes mitos de la gestión empresarial

Alastair Dryburgh



Organización y transformación de los sistemas de información en las empresas

Carmen de Pablos Heredero et al.

El vendedor desafiante (EDICIONES URANO – EMPRESA ACTIVA, 352 páginas) plantea la necesidad, en un momento de crisis económica y de descenso del volumen de negocio, de contar con vendedores desafiantes en los equipos de ventas, es decir, aquellos vendedores que entienden a fondo el negocio del cliente y usan ese conocimiento para provocar las ideas del cliente y enseñarle algo nuevo para que su empresa pueda competir con una mayor eficacia. Después de cuatro años estudiando a miles de profesionales de diferentes empresas, los autores presentan varios perfiles de vendedores B2B para concluir que el mejor vendedor no es quien mejor relaciones públicas hace, sino aquel que logra un desafío en el comprador. El libro cierra con un cuestionario para descubrir cuál es nuestro perfil de vendedor y también incluye una guía de preguntas clave para detectar los vendedores desafiantes en una entrevista de trabajo. ●

Formación para vendedores: saber para vender (ESIC, 315 páginas) ofrece un modelo para la formación y el entrenamiento de los vendedores, colectivo que en el libro se considera el más importante de cualquier empresa. Los autores apuestan por la actualización y formación constante de los vendedores y dedican la mayor parte de la obra a cómo desarrollar los programas de formación en la empresa: presentan diferentes métodos pedagógicos para formar a los trabajadores, repasan los criterios para seleccionar a los formadores y los métodos para medir el aprendizaje. Los autores de la obra recuerdan que aquello que determina tanto la existencia como la continuidad de una empresa es su capacidad para vender sus productos, especialmente en el entorno empresarial actual, con una competencia entre las empresas cada vez mayor. ●

Esta obra de Alastair Dryburgh (EDICIONES URANO – EMPRESA ACTIVA, 256 páginas) repasa y cuestiona elementos centrales de la gestión empresarial como son la fijación de precios, la reducción de costes, el papel de los incentivos y el presupuesto y la planificación. El autor defiende que “los incentivos rara vez estimulan a la gente a hacer cosas provechosas, los recortes son la peor forma de incrementar las ganancias y los presupuestos suelen aniquilar las mejores oportunidades”. Según esta obra, es necesario actualizar nuestra manera de pensar y dejar atrás el “cerebro cavernícola”, aquel que se rige por dos principios que no son de utilidad en la actualidad: el principio de que lo conocido es seguridad y el principio de la conformidad social. El autor anima a los empresarios a desmarcarse de la corriente de ideas tradicionales y a encontrar una ventaja competitiva que los diferencie del resto de compañías del entorno. ●

Organización y transformación de los sistemas de información en las empresas (ESIC, 368 páginas) reflexiona sobre las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la gestión de las empresas. El libro presenta herramientas para conseguir un sistema de información bien planificado y dimensionado, que esté orientado al negocio y al usuario y que sea fiable. Los autores se centran en el papel organizativo de las TIC en la empresa y en cómo permiten gestionar los flujos de información para generar conocimiento y facilitar la toma de decisiones. El libro, que aborda el uso de las TIC en la empresa desde una perspectiva académica pero también práctica, dedica un capítulo a aspectos sobre la seguridad en las comunicaciones. ●

