

¡Vivan las interrupciones!

Autor: **Douglas Conant y Mette Norgaard**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **13 euros**
Páginas: **192**



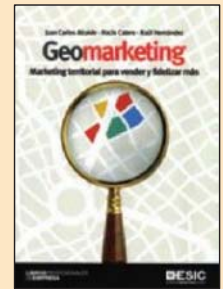
Las tan odiadas interrupciones pueden ser muy efectivas. Nuestra jornada de trabajo se ve alterada por el bombardeo de llamadas, correos electrónicos o reuniones imprevistas, cuya buena gestión puede ofrecer verdaderas oportunidades de negocio y liderazgo.

¡Vivan las interrupciones! es el primer libro que fomenta el debate sobre la gestión del tiempo y el liderazgo. En lugar de luchar contra las interrupciones, Douglas Conant y Mette Norgaard, proponen aprovecharlas mejor para conseguir que las cosas se hagan de una manera más eficiente.

Mientras que la mayoría de las personas trata de minimizar los numerosos encuentros y actos inesperados que se producen en su trabajo, los autores sostienen que estas interrupciones pueden convertirse en verdaderas oportunidades de influir, guiar y moldear el curso de los acontecimientos. Cada una de ellas es una ocasión para transformar un momento corriente en un punto de contacto que tiene la capacidad de infundir una mayor claridad en el rumbo de los acontecimientos.

Geomarketing

Autor: **Juan Carlos Alcaide, Rocío Calero y Raúl Hernández**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **24 euros**
Páginas: **219**



¿Se ha preguntado alguna vez por qué cierran tantos establecimientos? En muchas ocasiones, era de prever. ¿Se instalan empresas para atender a gente que no las necesitan! ¡Muchas empresas no saben adaptarse a su mercado, a su entorno local!

Casi nadie (y quién lo hace, tiene éxito) usa técnicas de micromarketing para adaptarse al territorio y sus habitantes. Era necesario, ya, abordar el territorio para lograr vender más y mejor, atendiendo a las personas según sus características, según su tipología. Las finalidades que se persiguen con este libro son: Brindar un enfoque comercial centrado en el territorio; Acercar el contenido, sus especificidades y tipologías a los individuos; Adaptar la oferta a los gustos y preferencias del mercado. Al terminar esta obra, usted tendrá respuestas a la pregunta: ¿Es válida la frase "Dime dónde vives y te diré quién eres"? Y, por supuesto, tendrá respuestas a sus inquietudes sobre cómo sacar partido a la geografía para vender y fidelizar más y mejor, usando el Marketing Territorial.



UNIVERSITAT
POMPEU FABRA

Máster universitario en Negocios Internacionales

Formación especializada en negocios con América Latina, Europa y Asia.

La Barcelona School of Management de la Universidad Pompeu Fabra ofrece una formación en *management* rigurosa y de calidad en un ambiente internacional.

Barcelona School of Management. NEW IDEAS FOR NEW TIMES
www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/muibal

