

Secretos de la gestión de una crisis

Autor: **José Manuel Muriel**
 Editorial: **ESIC Editorial**
 Precio: **12 euros**
 Páginas: **93**



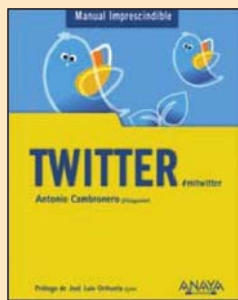
Una crisis es un cambio brusco e importante en el desarrollo de algún suceso que da lugar a una inestabilidad. Muchas veces en la vida ocurren cambios inesperados que descompaginan el esquema vital de la persona. Son esos los momentos de crisis. Momentos en los que no se sabe cómo seguir. Momentos en los que es necesario replantear todo lo que hasta el momento se había sostenido.

El 95% de las empresas, tarde o temprano, suelen sufrir una crisis a lo largo de su existencia con efectos negativos en su imagen pública, en su credibilidad y también en su cuenta de resultados. Pero tan sólo el 10% de las compañías que padece algún problema grave, aprovecha esta circunstancia para corregir errores, sacar conclusiones y además, salir fortalecido.

La divulgación de esta obra radica en la importancia que tiene saber detectar una crisis, y en su caso, tomar las medidas y actuaciones adecuadas. El propósito del autor es ayudarnos a comprender mejor qué es una crisis, y de no asustarse ante un hecho como tal, sino de detectarla y resolverla a través de una gestión eficaz. Según José Manuel Muriel, experto en reestructuración de empresas en situación crítica "las crisis no tienen que ser mortales".

Twitter

Autor: **Antonio Cambrero**.
 Editorial: **Anaya Multimedia**
 Precio: **26,70 euros**
 Páginas: **432**



Los tiempos y las formas de consumir la información están cambiando. Twitter, con cerca de 200 millones de usuarios en todo el mundo, se ha convertido en un instrumento necesario y poderoso para entender la comunicación e impulsar los más diversos movimientos sociales. Este Manual Imprescindible es el recurso ideal para aprender a utilizar Twitter rápidamente y desde cero, tanto en la Web como en los dispositivos móviles. Proporciona, además, trucos y herramientas, así como pistas para emplear Twitter en la estrategia de social media de cualquier negocio. Y como los protagonistas en las redes sociales son las personas, aquí encontrará también una panorámica del mundo hispano de twitteros, como Yoani Sánchez desde Cuba o Gustavo Arizpe desde México. En definitiva, ésta es la guía más sencilla y práctica tanto para iniciarse en las redes sociales y Twitter, como para profundizar en el apasionante mundo del social media.

Marketing en social media para Fotógrafos

Autor: **Lawrence Chan**
 Editorial: **Anaya Multimedia**
 Precio: **29,90 euros**
 Páginas: **240**



Facebook, Twitter, YouTube y los blogs están haciendo posible que las pequeñas empresas cuenten sus historias y llamen la atención de su mercado de una forma que antes era imposible. También son las herramientas que normalmente los clientes utilizarán para encontrarle y donde podrá contactar con ellos usando como reclamo sus trabajos y contenido de calidad. Los fotógrafos que quieran ampliar su exposición, construir credibilidad, tener un buen posicionamiento en la Web, necesitarán los Social Media como parte de su programa de marketing. Utilícelos para conocer a sus clientes, qué necesitan, qué les gusta, qué no y hágase con fieles seguidores que le recomienden. Puede captarles mostrándoles sus maravillosas creaciones, consejos e información que les atraiga y les motive de una manera que resulte beneficiosa para su negocio.

Trabajar en equipo es un golazo

Autor: **Quique Wolff**
 Editorial: **Empresa Activa**
 Precio: **9 euros**
 Páginas: **128**



Trabajar en equipo es un golazo proporciona las herramientas y elementos necesarios para formar y desarrollar buenos equipos con el fin de lograr el objetivo buscado. Su autor, Quique Wolff, que ha sido jugador de fútbol de la selección Argentina y del Real Madrid entre otros, traslada experiencias, hechos y situaciones que fueron muy importantes en su vida futbolística y que sin duda guardan una gran similitud con el mundo de la empresa.

A su juicio, los aspectos más importantes a considerar en la formación de un equipo son tres: el objetivo, las estrategias a seguir para conseguirlo y las posiciones o lugares que ocupa cada uno de sus integrantes en el conjunto. De esta manera, la única forma de triunfar y crecer será teniendo conciencia de la grandeza del equipo, sabiendo que nuestro potencial individual se multiplicará por el de todos nuestros compañeros.

Sin embargo, lo que en el fútbol es obvio a menudo se olvida en el mundo de la empresa y es por lo que este ameno libro de Quique Wolff, lleno de anécdotas de futbolistas y empresarios, se convertirá en una lectura indispensable para cualquiera que quiera desarrollar un equipo y mantener alto su espíritu competitivo.