

Novedades ESIC Editorial



Dirección y sensibilidad

Vivimos en un entorno anestesiado. La sociología moderna dice que vivimos en la era de la «apatía». Lo sorprendente es que, de manera simultánea, vivimos en una sociedad acelerada. A través de estas páginas, los autores proponen unas pautas para vivir y trabajar de una forma más plena y satisfactoria. Unas directrices que ayudan a pensar, sentir y actuar proactivamente. Estas pautas son el fruto de los estudios e investigaciones que han realizado a lo largo de sus vidas profesionales. Sin embargo, y por encima de todo, son el resultado de la experiencia que les ha dado trabajar con hombres y mujeres que se enfrentan cada día a resolver múltiples problemas personales o profesionales.

Autores: Nerea Urcola Martiarena y Juan Luis Urcola Tellería
ISBN: 9788473568838
N.º de págs.: 262
Precio: 20 €

Claves para identificar al socio ideal

La búsqueda de alianzas entre sectores diferentes nunca ha estado más vigente. La creación de ofertas irresistibles para el cliente final a través de la colaboración entre empresas representa un reto de acuciante actualidad. A través de un ejemplo del sector asegurador, este libro explica cómo desarrollar un negocio colaborativo y sólido entre empresas con grandes colectivos de clientes personales. También define las claves para identificar y evaluar al socio ideal con el que desarrollar un programa de *third party insurance direct marketing*, quizás la estrategia de marketing asegurador de mayor éxito hasta la fecha en todo el mundo. Los mayores índices de respuesta en las acciones de captación de clientes y la mayor persistencia de las carteras de seguros generadas con esta fórmula han posibilitado duraderos negocios de seguros en los cinco continentes.

Autor: Francisco J. Elvira
ISBN: 9788473568883
N.º de págs.: 116
Precio: 16 €



Fundamentos de Marketing

Distinguir entre marketing estratégico y operativo, analizar la dirección de marketing en la empresa, estudiar el comportamiento del consumidor y de las organizaciones, analizar el entorno, conocer la demanda y la competencia, segmentar el mercado e incidir en la necesidad de las investigaciones comerciales son algunos de los principales temas que conforman la obra *Fundamentos de Marketing*. Este libro es fruto del trabajo de un conjunto de profesores universitarios con una dilatada experiencia que han sabido aunar las bases consensuadas del conocimiento del Marketing junto con el aprendizaje procedente de las mejores prácticas comerciales.

Autor: Águeda Esteban Talaya
Juan Antonio Mondéjar Jiménez
ISBN: 9788473568913
N.º de págs.: 210
Precio: 18 €

Los cien errores en el proceso de ventas

En *Los cien errores en el proceso de ventas*, el autor plasma toda su experiencia personal, tanto en ventas como en dirección y formación de vendedores. El lector podrá encontrar un sinfín de recomendaciones prácticas que abarcan desde la preparación de la entrevista hasta el control de resultados, pasando por todas las fases de una venta, desde la presentación al cierre. Sabemos que más del 50% de las operaciones perdidas se deben a una falta de detección de los requerimientos reales del cliente, a veces muy distantes de los que él mismo confiesa. En el libro se exponen algunos de estos errores que llevan al fracaso, así como la manera de evitarlos.

Autor: Rafael Martínez-Vilanova Martínez
ISBN: 9788473569026
N.º de págs.: 122
Precio: 12 €



Si deseas recibir el boletín de Novedades Editoriales, envía un correo electrónico a editorial@esic.es. Más información en www.esic.edu/editorial. Los Antiguos Alumnos Asociados disfrutarán de un 35% de descuento en todos los títulos de la editorial de ESIC.