



Título:
El rendimiento y la efectividad de la fuerza de ventas. Un estudio empírico

Autor:
F. Javier Fuentes Merino

Editorial:
Tentanda SLU, 119 págs.

Resumen:
Tras el éxito de su anterior libro "Cooking Sales. Vender más y mejor" —uno de los más vendidos en España sobre el mundo de las ventas—, Fuentes Merino explica en esta obra cómo conseguir que los equipos comerciales vendan más y mejor. Primero propone

un modelo académico, para después llegar a conclusiones prácticas para aumentar la eficacia de la gestión de ventas. Mediante un tono riguroso, pero a la vez desenfadado, va describiendo las variables que harán que un vendedor venda más dentro de una empresa. Explica desde la selección o la formación, hasta las diferentes motivaciones, la remuneración o el sistema de control en ventas.

Fuentes Merino es consejero delegado y director general de Grupo Redes de Venta Proactiva. Desde 2002 es profesor universitario, además de conferenciante, escritor, tertuliano y experto en ventas, marketing y gestión estratégica.



Título:
Twitter para torpes

Autora:
Natalia Gómez del Pozuelo

Editorial:
Oberón Práctico, 208 págs.

Resumen:
Este libro ejerce de guía muy útil para saber desenvolverse con facilidad en esta red social. La autora enseña cómo disfrutar con Twitter y al mismo tiempo sacarle el máximo partido en la vida cotidiana. Para ello se basa en las historias reales de numerosos y muy diferentes tuiteros, cuyas experiencias se acompañan de las ilustraciones del humorista Forges.

Comienza con una introducción en la que aborda cómo contar algo con un límite de 140 caracteres, enlazar con una página web, seguir a otros, hacer que te sigan, recomendar, conocer nueva gente...

Incluso tiene un divertido capítulo con el título de "También para lo políticamente incorrecto" con aspectos como "también voyeurismo", "para buscar frikadas"...

En lo relacionado con el trabajo, incluye cómo encontrar talento, ganar o fidelizar clientes, vender o hacer publicidad. Finalmente concluye con un apartado de terminología específica.



Título:
Repetibilidad. Cómo crear negocios que perduren en un mundo en constante cambio

Autores:
Chris Zook y James Allen

Editorial:
Lid Editorial Empresarial, 238 págs.

Resumen:
Repetibilidad supone un manual de consulta imprescindible para saber cómo llegar al éxito empresarial. Los autores muestran lo que llaman "Grandes Modelos de Negocio Repetibles", que se rigen por una serie de principios que aprovechan el

poder de lo repetible para que una marca triunfe y se expanda. Para Zook y Allen, una estrategia eficaz es aquella capaz de replicar y adaptar en un entorno tan cambiante y competitivo como el presente el modelo de éxito inicial. "Es una estrategia que muestra cómo la simplicidad, el enfoque y el dominio del arte del cambio casi siempre triunfan ante aquellas que proponen el cambio radical o la reinención constante", aseveran.

Las tres claves para lograrlo son contar con un negocio consolidado y diferenciado, con unos principios irrenunciables bien definidos y con unos sistemas de ciclo cerrado para una mejora continua.



Título:
Marketing en el punto de venta

Autor:
Ricardo Palomares Borja

Editorial:
Esic Editorial, 509 págs.

Resumen:
El libro, basado en el análisis de la gestión estratégica del punto de venta y del *merchandising* visual, identifica los puntos críticos o desfavorables de un establecimiento. Su finalidad: mejorar la posición competitiva y potenciar aquellas áreas o aspectos que ayuden a incrementar la eficacia.

Para ello define los cien parámetros esenciales desde los que las empresas de *retail* de éxito desarrollan sus estrategias. Entre ellos, la arquitectura del local, la gestión del surtido, las estrategias de comunicación, de presentación, de promoción, la atmósfera para crear el ambiente más adecuado para los clientes...

Algo imprescindible de poner en marcha para ser rentable, sobre todo cuando el comercio minorista se enfrenta a uno de los mayores retos de su historia: los nuevos canales comerciales que aparecen con las tecnologías y los consumidores, más exigentes y difíciles de satisfacer.