
Emociones Para Captar Clientes Como Aumentar Tus

Neuromarketing en acción

Clientes para toda la vida

Emociones para Captar Clientes

Marketing de fidelización

RESUMEN - Humanize Your Brand / Humanice su marca: Cómo crear contenidos que conecten con sus clientes Por Jessica Ann

REVOLUCIÓN RETAIL

Inteligencia emocional

La llamada en frío para captar nuevos clientes

Cómo Conseguir Clientes Cada Día - Volúmen 3

Tácticas para convencer

Nuevas Tendencias En El Negocio Electrónico

La sacerdotisa blanca (La Era de los Cinco Dioses 1)

Estrategias de ventas y negociación

The Clinical Interview Using DSM-IV-TR

ALEMPED

Feeling

Los 100 errores de la experiencia de cliente

La inteligencia emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones

Mitomanías de los sexos

Marketing turístico 3.ª edición 2022

Publicidad y lengua española

Clientología

Coaching para personalidades adictivas

Aprende a ser feliz. Guía para alcanzar el bienestar en ti y en los demás

Inteligencia Emocional

Emociones para Captar Clientes

Marketing para las organizaciones del S. XXI
Promociones en espacios comerciales
Todos somos clientes
UF0686 - Promoción y comercialización del alojamiento rural
El capital emocional
Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros. ADGN0210
Libera Tus Talentos
Cómo convertir las objeciones de los clientes en oportunidades de ventas
Inteligencia emocional 2.0
Análisis transcultural de la inteligencia emocional
StoryBranding
El virus (otro) en los días del virus
Osuna Journals Economía, Gestión y Recursos Humanos Vol. II

*Emociones Para Captar Clientes Como
Aumentar Tus*

Downloaded from intra.itu.edu.uy guest

CASTANEDA MURRAY

Neuromarketing en acción Editorial Universitaria Ramon Areces
¿Quieres conseguir que tus clientes siempre estén satisfechos e incluso felices por el producto o servicio ofrecido? Este libro te ofrece las claves. En el mundo actual, siempre habrá una empresa que pueda ofrecerlo más barato, por lo que la única manera de diferenciarse de la competencia para que clientes y usuarios prefieran tu empresa, y hasta la recomienden, es ofrecer un servicio excepcional. La clientología engloba tanto las habilidades que debe tener el profesional que está en contacto con el cliente como los aspectos principales a tener en cuenta en la organización para que la experiencia del cliente cubra sus

necesidades o, aún mejor, supere sus expectativas. Conseguir que una simple gestión, una cena en un restaurante o la compra en una tienda pase de ser algo banal a convertirse en una experiencia inolvidable es posible y este libro te explica cómo. Clientes satisfechos y felices garantizan empresas rentables y sostenibles en el tiempo. ¡Pongamos el foco en el cliente y seremos invencibles!

Clientes para toda la vida Jacin

★ LA ORIGINAL - Nueva Edición 2023 - BEST SELLER DE AMAZON - Más de 50,000 copias vendidas ★ △ BONO SECRETO DENTRO DEL LIBRO △ ¡DOMINA LA NARRACIÓN DE HISTORIAS DE TU MARCA - IMPULSA TU NEGOCIO! □ ¿Luchas para transmitir el mensaje de tu marca de manera efectiva? □ ¿Quieres destacarte de tu competencia pero no sabes cómo? □ ¿Cómo cambiaría tu negocio si pudieras dominar el arte de contar historias y disparar

tus ventas? Descubre la guía completa para crear narrativas de marca cautivadoras, involucrar a tu audiencia y liderar tu mercado... Nadie puede negar el poder de contar historias. Es la clave para captar la atención, provocar emociones y conducir acciones - todos elementos necesarios para una marca exitosa. Sin embargo, crear una historia de marca convincente no siempre es una tarea fácil. △ Si estás leyendo estas líneas, es probable que estés buscando maneras de contar la historia de tu marca de manera más efectiva, interactuar con tus clientes de una manera más significativa y diferenciarte en un mercado competitivo. Aquí está la buena noticia: tu búsqueda termina aquí. En lugar de luchar para encontrar la voz de tu marca y involucrar a tu audiencia, puedes aprender los secretos de una exitosa narración de historias para marcas y convertir tu negocio en un líder del mercado. Entonces, ¿cómo puedes crear narrativas convincentes, involucrar a tu audiencia, superar a tus competidores y aumentar tus ventas? □ ¡Tu respuesta está en este libro! Con un enfoque atractivo y directo, este libro explora el arte de contar historias para marcas, ofreciendo estrategias prácticas para crear narrativas identificables y atractivas que conecten con tu audiencia e impulsen tus ventas. Finalmente, tienes la oportunidad de acceder a la valiosa información que ha permitido a miles de empresas revolucionar sus estrategias de marca y marketing. Y todo está en esta guía. Esto es lo que habrás aprendido después de leer este libro: Aspectos básicos de la narración de historias de marca: Comprende los principios de una efectiva narración de historias de marca y cómo aplicarlos a tu negocio Creando tu narrativa de marca: Aprende a crear historias atractivas y cautivadoras que resuenen con tu público

objetivo Involucrando a tu audiencia: Descubre estrategias y técnicas para cautivar a tu audiencia y construir conexiones significativas Diferencia tu marca: Aprende a destacarte de tus competidores a través de una narración de historias de marca única e innovadora Impulsa las ventas a través de la narración de historias: Descubre cómo utilizar eficazmente la narración de historias para aumentar la participación del cliente y las ventas Mantente al frente de las tendencias: Comprende las últimas tendencias en narración de historias de marca y cómo incorporarlas a tu estrategia de marketing Y mucho, mucho más... Deja de preocuparte por cómo transmitir el mensaje de tu marca y comienza a cautivar a tu audiencia con narrativas convincentes. Las claves para una exitosa narración de historias para marcas están a solo un clic de distancia... NO SIGAS LUCHANDO CON LA IDENTIDAD DE TU MARCA - Compra tu copia AHORA y domina el arte de la narración de historias para marcas HOY.

Ediciones Granica

Con la lectura de esta obra dispondrás de información actualizada y rigurosa sobre el mundo emocional, podrás contemplar las situaciones con mayor claridad, de manera más honesta y efectiva, y ayudar a los que te rodean a mejorar sus habilidades y su bienestar. Han pasado más de dos décadas desde que la investigación de Daniel Goleman demostró que la inteligencia emocional es dos veces más importante que otras competencias para alcanzar el bienestar. Gestionar tus emociones y relacionarte bien con los demás, explicaba Goleman, te permite alcanzar mayores grados de influencia y satisfacción personal. Este tipo de inteligencia no es un rasgo

innato: se puede aprender. Estar más sintonizado con tus emociones te permite decidir cómo usar esos sentimientos de forma más productiva para tomar decisiones más sólidas, dejar atrás los sentimientos negativos, controlarte en situaciones inestables o entender a los demás cuando actúan de formas que te sorprenden o te irritan. Este libro ofrece una selección de los artículos más importantes del archivo de Harvard Business Review. Todos ellos han sido escritos por investigadores expertos en la materia (psicólogos, especialistas en márketing, profesores de liderazgo y cambio organizacional, ...), entre los que destaca la aportación del propio Daniel Goleman.

Emociones para Captar Clientes CONECTA

Trabajar en Experiencia de Cliente no tiene que ver con la bondad del ser humano. Es obvio que a todos nos gusta hacer feliz a la gente, pero no suele ser nuestro trabajo. Sin embargo, si la felicidad del cliente se torna en rentabilidad: ¡ese sí es nuestro trabajo! Y es que, según todos los estudios e investigaciones, hay una correlación, casi perfecta y positiva, entre invertir en Experiencia de Cliente y la rentabilidad empresarial. En este libro se han analizado los errores más comunes en la Experiencia de Cliente y Gestión del Servicio, planteando soluciones preventivas que eviten dichos problemas, dichos errores. Se ha intentado hacer un libro innovador, desde el punto de vista gráfico y del continente. Es una obra que se puede leer, de forma complementaria, haciendo uso de los materiales existentes en la web www.100erroresexperienciacliente.com y que se completa con vídeos, a modo de píldoras breves y concisas. Todo con un enfoque pragmático que parte del concepto de la rentabilidad de la Experiencia. A lo largo de la obra encontrarás soluciones para:

- Mejorar la organización del servicio.
- Gestionar mejor la experiencia del cliente.
- Gestionar las relaciones con los clientes y la comunicación.
- Mejorar la experiencia del cliente durante la venta.
- Gestionar, por supuesto, la Atención al Cliente. El texto que tienes en las manos es el resultado de 25 años de carrera profesional en Experiencia de Cliente en empresas punteras del sector servicios, y de entrevistas en profundidad realizadas a destacados profesionales del Servicio al Cliente. Es rentable prevenir los errores en Experiencia de Cliente. Índice

Organización para el servicio.- Gestión de la calidad de la experiencia.- Gestión de la relación con los clientes.- Gestión de las ventas.- Comunicación con los clientes.- El personal de atención al cliente.- El servicio posventa y la gestión de garantías.

Marketing de fidelización Max Editorial

Las diferentes emociones son complejas y se combinan o entrelazan haciéndonos sentir lo inexplicable, por tanto podríamos catalogar las emociones como la sal de la vida. Las emociones nos ponen en movimiento, en pocas palabras, son las impulsoras de nuestros comportamientos. A grandes rasgos, convendría señalar que la aptitud emocional mide la capacidad de comprender, procesar, controlar y expresar aspectos socio-emocionales Tomando como referencia estos planteamientos se elabora el presente manuscrito, el cual tiene como objetivo general analizar la inteligencia emocional en diferentes contextos socioculturales (México, Argentina y España). Así, en primer lugar, se aborda, a través de ecuaciones estructurales, el impacto que presentan las variables independientes satisfacción vital, estilos de atribución y autoeficacia emprendedora) en el dominio

emocional de los individuos pertenecientes a diferentes zonas geográficas. Posteriormente, se valora detalladamente las citadas variables predictoras, marcando diferencias, según la procedencia mues-mal. Los resultados no sólo reflejan la importancia de ciertos factores en el manejo emocional, sino que, además, muestran la necesidad de seguir profundizando en su análisis.

RESUMEN - Humanize Your Brand / Humanice su marca: Cómo crear contenidos que conecten con sus clientes Por Jessica Ann Ecoe Ediciones

Una vez más, ¿cuántas van?, escuchamos la expresión “ver la luz al final del túnel”. Buenafuente comentaba no hace mucho que cuando oye esto siempre piensa en si esa luz no será la de los faros de un camión que viene hacia nosotros. No habría que tomar a broma este comentario. Este libro quiere abordar el significado de esa expresión desde una óptica distinta. Un pensar que se quiere desconfinado. La luz al final del túnel entendida como la urgencia imperiosa por plantearnos, en un diálogo que busca tejer redes de complicidades, esa otra crisis que venimos arrastrando desde el siglo pasado. Ese túnel que alguien construyó para ser un túnel que nos conduzca a las tinieblas de un mundo de democracia demolida sustituida por un capitalismo totalitario posdemocrático. La única luz al final del túnel debiera ser aquella que ilumina tres preguntas esenciales: ¿estamos dispuestos a defender el modelo democrático? ¿Y si es así, qué tipo de democracia queremos para que el futuro siga siendo nuestro hogar? ¿Seremos capaces?

REVOLUCIÓN RETAIL Formación Alcalá Editorial

El cliente no compra productos o servicios, el cliente compra

sensaciones y, por eso, la clave del proceso comercial está en cómo se sentirá. Aquéllos que representamos productos o servicios tenemos que ser auténticas "autopistas" para nuestros clientes. Éste no es un libro sobre técnicas de venta. Aquí mostramos un modelo complementario a todo lo estudiado hasta el momento que lleve un paso más al vendedor, para observar y analizar el proceso de venta desde una perspectiva diferente, contemplando aspectos invisibles, cuestionando aspectos no estudiados hasta la fecha, con la finalidad de contemplar nuevas posibilidades y oportunidades en su trabajo diario.

Inteligencia emocional Createspace Independent Publishing Platform

La promoción de un producto está siempre muy relacionada con los objetivos comerciales, los incrementos de ventas o la rentabilidad de los espacios comerciales. Por tanto, definir una acción promocional es delimitar sus objetivos, aplicar técnicas psicológicas y, según el tipo de promoción y objetivos, elaborar mensajes comerciales efectivos y adecuados. Tal como muestra la presente obra, el proceso se cierra con el estudio de los resultados obtenidos. Tema 1. La promoción en el punto de venta Tema 2. Merchandising en el punto de venta Tema 3. Control de las acciones promocionales Tema 4. Acciones promocionales online

La llamada en frío para captar nuevos clientes ESIC Editorial Emociones para Captar Clientes Createspace Independent Publishing Platform

Cómo Conseguir Clientes Cada Día - Volúmen 3 Universidad Almería

¿Se puede leer la mente del consumidor, conocer sus

motivaciones, sus deseos y su proceso de toma de decisiones para diseñar programas de marketing mas eficaces? De la convergencia entre las neurociencias y el marketing surge el neuromarketing, disciplina cuya finalidad es incorporar los conocimientos en los procesos cerebrales para aplicarlos a la relación entre la empresa y sus clientes, en campos tales como la comunicación, el posicionamiento, el producto, el precio, el branding y todos aquellos de los que se sirve una organización para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes. En este libro Néstor Braidot le explica como aprovechar el neuromarketing, independientemente del tamaño de la empresa en la que pertenezca, del producto que venda y del tipo de consumidores a los que se dirija. Un libro, en definitiva, que pone a su alcance técnicas y conocimientos a las que hasta ahora solo accedían las multinacionales. Ponte al día con la disciplina que esta revolucionando el mundo del marketing "¿Por que elegimos Coca-Cola por encima de Pepsi? ¿Por que tomamos la decisión de colocar un producto y no otro de forma instintiva en el carro de compra? Néstor Braidot te lo cuenta en Neuromarketing, una guía imprescindible para navegar y seducir a los consumidores" Marc Cortés, socio-director de RocaSalvatella y profesor de Marketing de ESADE. "Por fin llega, de la mano de alguien tan renombrado en la materia como lo es Néstor Braidot, un libro en castellano sobre el neuromarketing" Javier Piedrahita, director del portal www.marketingdirecto.com

Tácticas para convencer Ediciones Pirámide

Capital intelectual versus capital emocional; Elementos internos y externos del capital emocional; La línea del tiempo del capital emocional; Una aproximación estratégica para la gestión de

clientes internos; Las seis dimensiones de las relaciones guiadas por el márketing; Clima, lenguaje y cultura.

Nuevas Tendencias En El Negocio Electrónico Editorial Norma
Atrevete a descubrir tus tesoros interiores, usando las claves contenidas en este libro, que te llevaran desde la Claridad hasta el Liderazgo de tu vida. En el trayecto iras encontrando los tesoros que forman parte de tu vida y que posiblemente no has estado usando. Sabes como usar la claridad para conseguir lo que deseas? Disenas tu vida conscientemente o simplemente la recreas, eligiendo cada dia los mismos pensamientos y sentimientos? Conoces el poder de la Fe? Como utilizar la fuerza del amor para vivir en plenitud y armonia? Como defines la Esperanza y que importancia tiene en tu vida? Sabes lo que significa liderarse a si mismo? Te invitamos a comenzar este recorrido con nosotros y aprender como usar tus tesoros juntos. Cuando acabas el libro, comienza el entrenamiento y alli estaremos.

La sacerdotisa blanca (La Era de los Cinco Dioses 1) Vision Libros

A lo largo de este libro se dar a conocer los tips necesarios, que le servirn ya sea para montar su propio negocio o para que su negocio lo lleve a la web (como comercio o negocio electrnico). La experiencia acumulada a lo largo de ms de 15 aos asesorando a diversas empresas, dando conferencias e impartiendo diversos cursos de negocio y comercio electrnico, es plasmada en el presente libro para que usted tenga todas las herramientas necesarias, no slo para entender, sino para llevar a cabo una idea que siempre rondo por sus pensamientos, ser empresario, ser su propio jefe, montar su propia empresa. Palabras que para

muchos son sueños y para otros son realidad. De qué depende esto? la respuesta dependerá de que comprenda como son los negocios y de la dedicación que se requiere para llevarlos a cabo. Todos tenemos ideas de negocio pero por qué unos las llevan a cabo y otros no? a lo largo del libro se dar a conocer cuáles son los factores de éxito y cuáles los de fracaso, cuando entienda esto, comprenderá que el éxito o fracaso dependerá solo de usted. Este libro no solo está dirigido a personas que quieren montar su propio negocio utilizando las ventajas de la WEB, sino para todas aquellas personas que quieren saber cómo se empieza un negocio, cuáles son las claves para que sea exitoso, para saber por qué triunfan o fracasan los empresarios o cómo hacer para que el negocio crezca, por lo tanto no solo está dirigido a financieros, administradores o gente de sistemas, sino para cualquier persona que quiera o necesite empezar o ampliar un negocio.

Estrategias de ventas y negociación Lapo Boost

La inteligencia emocional es el factor más importante para el éxito profesional y la excelencia personal. Todos somos conscientes de que la inteligencia emocional es un factor crítico en el éxito profesional y personal. Pero conocer la inteligencia emocional no es lo mismo que saber cómo emplearla para mejorar y avanzar profesionalmente. Inteligencia emocional 2.0 desarrolla un programa paso a paso con 66 propuestas prácticas para potenciar su inteligencia emocional y mejorar cuatro tipos de habilidades básicas: el autoconocimiento, la autogestión, la conciencia social y la gestión de las relaciones. Al mismo tiempo, el libro ofrece al lector la oportunidad de conocer su coeficiente emocional y aprovechar así, de modo individualizado, los consejos de los autores. Los expertos opinan: «La inteligencia

emocional es una habilidad muy importante para el éxito personal y profesional. Este libro es excelente, y su método, puntero. Lo recomiendo encarecidamente.» Ken Blanchard, coautor de El directivo al minuto «Este libro proporciona abundantes pautas y recomendaciones para potenciar su inteligencia emocional. Los investigadores han demostrado que el coeficiente emocional es más importante que el coeficiente intelectual.» Stephen R. Covey, autor de Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva « Inteligencia emocional 2.0 explica de forma sucinta cómo manejar nuestras emociones con creatividad y emplear nuestra inteligencia de manera positiva.» El Dalai Lama «Si usted desea transformarse en un verdadero líder resonante, este libro le ofrece la posibilidad de cambiar no solo su carrera profesional sino también sus relaciones personales.» Regina Sacha, vicepresidenta de Recursos Humanos, FedEx Custom Critical

The Clinical Interview Using DSM-IV-TR Ediciones Paraninfo, S.A.
¿Te gusta escribir? ¿Tal vez te sientes bloqueado? Puede que hayas comenzado y necesitas ideas prácticas o ya escribes y buscas nuevas estrategias. En cualquier caso, ALEMPED te ayudará. Está basado en herramientas específicas de la PNL y de la neuroescritura, aplicadas a la fluidez creativa mediante estrategias eficaces probadas en el campo empresarial y de desarrollo personal para superar dudas y bloqueos del escritor. ¿Su misión? Ofrecerte el mayor margen posible de tu productividad mental y espiritual, prepararte para un posible «fuera de juego» en la creatividad al escribir y hacer que disfrutes del proceso de escribir. Si buscas un método con claves sencillas para liberar, planificar y desarrollar tu creatividad,

ALEMPED te aportará ideas bajo dos prismas: aprender cómo funciona la mente de quien escribe —optimizándola para desarrollar tu potencial creativo— y conocer cómo funciona la mente de quien te lee para que le ofrezcas un mensaje efectivo que capte por completo su interés. ALEMPED es acrónimo de atención, lenguaje, estructura, mensaje, personajes, escenas y desarrollo. Sirve como una base sólida sobre la que crear escritos de ficción y no ficción sacando el mayor partido a tu creatividad y disfrutando del proceso de la escritura.

ALEMPED Ediciones Olejnik

Mujer, esposa, madre, a cargo de las tareas domésticas. Hombre, sostén del hogar, trabajador de tiempo completo fuera de su casa. En la intimidad, la diosa sexy y el macho siempre dispuesto. En pleno siglo XXI, atravesamos una época de cambios en la que muchos estereotipos sobre los géneros y la sexualidad parecen en entredicho. Sin embargo, lejos de haberse evaporado, siguen ahí: se activan cada vez que algo no encaja con nuestras ideas de "lo típicamente femenino" o "lo típicamente masculino". Y hacen que, frente a eso que nos incomoda, optemos por señalar con el dedo, deslizar una ironía o estigmatizar. En Mitomanías de los sexos, Eleonor Faur y Alejandro Grimson recorren los laberintos de nuestro lenguaje, los lugares comunes en los que caen hasta los más abiertos y progresistas, para mostrar cómo las diferencias —entre hombres y mujeres, entre parejas heterosexuales y parejas homosexuales— pueden convertirse en grandes o pequeños actos de injusticia. Por eso, más que los casos extremos de violencia o sumisión, este libro ilumina las situaciones y tensiones cotidianas. Las que se juegan, por ejemplo, en el vestuario de un club o en la tribuna de una

cancha de fútbol, donde se necesita mucha seguridad y valentía para no festejar un chiste misógino o no corear una canción que parece de la época de las cavernas; las que se juegan en los encuentros eróticos cuando una mujer toma la delantera. Para no hablar de las identidades —travestis, transexuales, intersex— y las orientaciones sexuales que no caben en esquemas binarios y nos obligan a dejar de ver el mundo en blanco y negro. Con humor, con argumentos, con ganas de abrir la discusión en todos los ámbitos, los autores muestran el reverso de los mitos y las medias verdades, poniendo la lupa sobre el machismo explícito pero también sobre las zonas grises. Contribuyen así a esa lucha múltiple y colectiva por iguales oportunidades y vidas más libres. *Feeling Editorial Mediterrània, SL*

En la comunicación publicitaria el idioma es una herramienta imprescindible. Bien es cierto que la imagen persuade, pero nadie negará que rechazar la verbalización no enriquece, precisamente, las acciones comunicativas. Si el idioma es para el publicista lo que el pincel para el pintor, deberá deducirse que para hacer una obra, que no sea de «brocha gorda», habrá que manejar bien variados pinceles. Pensando en esa variedad, es por lo que hemos intentado atender a los mensajes publicitarios con una mirada transversal dirigida a los diferentes sectores: alimentación, automoción, cosmética, higiene, informática, etc. Hemos intentado, pues, alejarnos de un mero descriptivismo y abordar temas susceptibles de ser estudiados en distintas áreas. No podemos olvidar que los profesionales de todos los medios precisan de un buen conocimiento idiomático, no sólo desde el punto de vista normativo sino desde aquellos otros que mejoren sus producciones escritas, orales o audiovisuales, y tanto para la

creación de ficción como para la comunicación de las realidades cotidianas, es decir, para todo aquello que haga excelentes sus destrezas comunicativas y creativas. De todo ello trata el presente volumen: examinar cuestiones relevantes —procedimientos de persuasión, creatividad léxica, estrategia creativa, figuras retóricas, presencia del destinatario, tecnicismos, etc.— e intentar responder a preguntas del tipo ¿cómo interpretar un mensaje? ¿qué mitos se vierten en el mensaje? ¿qué función cumplen lenguas diversas en un mismo mensaje? etc. Los autores, todos profesores y profesionales relacionados con este complejo mundo de la publicidad, han aceptado el reto de hacer un trabajo transversal y no ceñirse a un único campo, por lo que el lector encontrará ejemplos de sectores diversos. El estudiante, por su parte, hallará un complemento práctico a las bases teóricas expuestas en cada capítulo que será de utilidad para posteriores análisis o producción de anuncios.

Los 100 errores de la experiencia de cliente Kolima Books
Revolución retail pretende acercarse a un sector abocado a una evolución, al acercamiento a una realidad marcada por nuevos parámetros de comportamiento, al uso masivo de los teléfonos inteligentes, o a nuevos estilos de vida que han supuesto auténticas revoluciones en los procesos comerciales. Sieira y Ponzoa proponen esta obra, no para estudiar el funcionamiento de las empresas que basan su razón de ser en el comercio electrónico, sino como una guía para aquellos comerciantes, que además de integrar su comercialización online, están dispuestos a adaptar su estructura de tiendas físicas a las nuevas demandas exigidas por el e-commerce. El proceso de transformación digital

está en marcha, pero quizás, no todos los comercios estén sabiendo adaptarse al cambio para aprovechar sus múltiples oportunidades. Introducción.- Fórmulas comerciales.- Comportamiento de los consumidores.- Tiendas. Factores de preferencia.- Elementos de riesgo para las tiendas.- Cambios en los modelos operativos.- Adaptaciones.- Operadores online. Pure players.- Las entregas. Devoluciones.- Comunicación.- Marketing digital.- Virtualización de los espacios comerciales.- Inteligencia artificial.- Realidad aumentada.- Tecnologías de conexión.- Innovaciones en la distribución.- Neuromarketing e investigación comportamental.- Compromisos medioambientales.- La tienda, espacio de interrelación.- Bibliografía.- Índice de marcas.
La inteligencia emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones ESIC Editorial

Magia y aventuras, guerra y amor, en el inicio de una saga fantástica protagonizada por una joven hechicera lista y valiente en un nuevo e intrigante universo. Cuando Auraya fue elegida sacerdotisa nunca imaginó que apenas una década después se convertiría en una de los Blancos, los representantes más poderosos de los dioses. Desgraciadamente, Auraya goza de poco tiempo para acostumbrarse a los excepcionales poderes mágicos que le otorgan esas divinidades: unos misteriosos hechiceros vestidos de negro han llegado desde el sur y acosan a los suyos... Corren rumores de que se está levantando un ejército para desafiar a los Blancos. Auraya y sus nuevos compañeros tendrán que trabajar incansablemente para sellar alianzas y para unir los pueblos del continente del norte bajo un mismo estandarte. Se avecinan tiempos de guerra y, si Auraya no logra dominar sus nuevas dotes mágicas a tiempo, ni el apoyo de los

dioses será suficiente para salvarlos. Los lectores opinan... «No puedo esperar a saber cómo continúa. Lo que más me gusta de Trudi Canavan es que sus novelas nunca te decepcionan.» Goodreads Y la crítica afirma... «Fantasía de alta calidad de una de las mejores autoras australianas.» SFRevu

Mitomanías de los sexos FC Editorial

"Desde el punto de vista de la psicología y psicoterapia, Coaching para Personalidades Adictivas se despliega como un método muy eficaz para enfrentar los distintos desafíos que se presentan al trabajar con personas con algún problema de adicción o desnivel emocional. El autor psicólogo-consultor resume de una manera

clara y concisa las principales características, episodios y soluciones respecto a los distintos estadios que van transcurriendo en el contexto de las adicciones. Guiándonos por el intrincado camino de la psicoterapia y el acompañamiento a través del Coaching. Basándose en la teoría y la praxis, mostrando una visión global de la problemática y sus distintas soluciones, encuadres de acción, modificación y extinción de conductas dañinas tanto para el afectado como para los codependientes. Sin duda, una valiosa herramienta para todo profesional del área social y de la salud mental, que esté más bien preocupado de poder orientar y tratar de manera adecuada esta pandemia".

Best Sellers - Books :

- [The Inmate: A Gripping Psychological Thriller By Freida Mcfadden](#)
- [The Alchemist, 25th Anniversary: A Fable About Following Your Dream](#)
- [The Very Hungry Caterpillar By Eric Carle](#)
- [The Covenant Of Water \(oprah's Book Club\) By Abraham Verghese](#)
- [Chicka Chicka Boom Boom \(board Book\) By Bill Martin Jr.](#)
- [The 48 Laws Of Power](#)
- [My First Library : Boxset Of 10 Board Books For Kids By Wonder House Books](#)
- [Lord Of The Flies By William Golding](#)
- [I Love You To The Moon And Back By Amelia Hepworth](#)
- [8 Rules Of Love: How To Find It, Keep It, And Let It Go By Jay Shetty](#)