

[Ebook free] Conseguir lo imposible (Spanish Edition)

Conseguir lo imposible (Spanish Edition)

Luis Carbajo

DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



[Download](#)

[Read Online](#)

2015-10-08 2015-10-08 File Name: B01IBQ2CCI | File size: 58.Mb

Luis Carbajo : Conseguir lo imposible (Spanish Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised **Conseguir lo imposible (Spanish Edition)**:

El uso de las nuevas tecnologiacute;as y su aprovechamiento para vender on-line no requiere de grandes recursos para comenzar. En la actualidad, existen empresas y herramientas que hacen el trabajo por tí, para que, independientemente

del mundo de tu empresa, puedas vender on-line, sea cual fuere tu producto, y participar en el mercado internacional. Puedes conseguir clientes en Rusia, China o Alemania usando plataformas digitales de bajo coste que conectan a empresas y clientes de todo el mundo. Buena parte de este tráfico comercial se gestiona a través de marketplaces y en España la más importante plataforma de compraventa entre empresas y profesionales es SoloStocks. En este libro, Luis Carbajo, su consejero delegado, nos presenta diez casos de pequeñas empresas que han conseguido lo imposible: alcanzaron un público más amplio, aumentaron sus ventas e internacionalizaron su actividad gracias al mundo digital y con muy poca inversión. Diez ejemplos de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para triunfar en el mundo de los negocios. Un libro para aquellos que tienen una pequeña empresa, creen que es imposible vender on-line y ya mucho menos exportar. Aquí podrás ver casos concretos que prueban que se puede, con ejemplos de pymes que venden quininas para hacer churros en sitios tan remotos como Malasia o que facturan hasta el 90 % de sus ingresos mediante e-commerce. SoloStocks recibió en el año 2014 el Premio al Mejor E-commerce B2B en los E-commerce Awards. El comercio electrónico será un sector amplio en el que triunfarán numerosas empresas al mismo tiempo, con estrategias diferentes. Jeff Bezos, fundador de Amazon