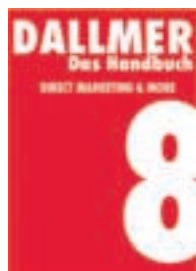


Marketing

Das Handbuch Direct Marketing & More

Heinz Dallmer (Hrsg.), 1169 Seiten, 8., völlig überarb. Aufl. 2002, gebunden, ISBN 3-409-86699-X, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler-online.de, 198 Euro

Wie man das Dialog-Marketing medientechnisch und konzeptuell gestaltet, dazu bietet das Handbuch praxisorientierte und richtungweisende Beispiele. Mehr als 70 Praktiker und renommierte Wissenschaftler stellen alle wesentlichen Bereiche des Direct Marketing systematisch dar und zeigen neue Trends und Entwicklungen auf. Dies bezieht sich u. a. auch auf Themen wie Campaign Management, Couponing, Multi-Channel-, Permission- und E-Mail-Marketing. bav-Fazit: das aktualisierte Standardwerk ist Pflichtlektüre für alle, die sich intensiv mit dem ganzen Spektrum des Direktmarketing befassen (wollen).



tionell gestaltet, dazu bietet das Handbuch praxisorientierte und richtungweisende Beispiele. Mehr als 70 Praktiker und renommierte Wissenschaftler stellen alle wesentlichen Bereiche des Direct Marketing systematisch dar und zeigen neue Trends und Entwicklungen auf. Dies bezieht sich u. a. auch auf Themen wie Campaign Management, Couponing, Multi-Channel-, Permission- und E-Mail-Marketing. bav-Fazit: das aktualisierte Standardwerk ist Pflichtlektüre für alle, die sich intensiv mit dem ganzen Spektrum des Direktmarketing befassen (wollen).

Kundenmanagement

Surpriservice

Sabine Hübner, 280 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-89749-197-4, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 25,90 Euro

Zielsetzung des Buches ist es, Service-Strategien zu beschreiben, mit denen man seine Kunden (dauerhaft) begeistern kann. Dazu hat die Autorin Interviews mit 13 Vertretern von beson-

ders serviceorientierten Unternehmen verschiedener Branchen geführt (Auto, Reise, Medien, Energieversorger etc.). Anschließend faßt sie die Kernpunkte zusammen und gibt Hinweise zur Umsetzung in die Praxis. bav-Fazit: interessantes Buchkonzept mit guten Anregungen. Die Antworten der Interviewpartner sind z. T. aber etwas zu weitschweifig.

Basiswissen

Marketing-Praxis

Stephan Broda, 203 Seiten, 2002, ISBN 3-409-12067-X, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler-online.de, 34,90 Euro

Das Buch ist so gestaltet, daß sich der Leser ohne Vorkenntnisse entlang der klassischen Marketingfelder rasch auf einen Marktauftritt vorbereiten kann. Ein Businessplan sowie viele Beispiele, Bilder, Checklisten und ein Glossar mit Kernbegriffen runden den Leitfaden ab. bav-Fazit: kurz, prägnant und mit allen wesentlichen Fakten – ideales Einsteigerbuch.

Management

Persönlichkeitsmodelle

M. Schimmel-Schloo/L. Seiwert/H. Wagner (Hrsg.), 287 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-89749-180-X, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 50 Euro

Persönlichkeitsanalysen werden in vielen Unternehmen zur Personalauswahl, Mitarbeiterförderung und Teamentwick-



lung eingesetzt. Das Buch stellt zehn Typologien vor, die von den Herausgebern aufgrund von Bekanntheitsgrad, Marktpräsenz, Seriosität und wissenschaftlicher Fundierung ausgewählt wurden: Alpha-Plus Profile, Biostruktur Analyse, DISG-Modell, Enneagramm, Herrmann-Dominanz-Instrument (H.D.I.), Insights MDI, Interplace, LIFO, Myers-Briggs-Typenindikator (MBTI), Team-Management-System (TMS). Zu allen Modellen gibt es auf der beiliegenden CD umfangreiche weitere Infos. bav-Fazit: übersichtliches und fundiertes Handbuch – sehr empfehlenswert.

Marketing

Logbuch Direktmarketing

Christian Belz, 439 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-8323-0981-0, Ueberreuter, Frankfurt, www.redline-wirtschaft.de, 49,90 Euro

Das Buch versteht sich als Logbuch (Fahrtenbuch) zum Direktmarketing, das dem An-



wender in turbulenten Zeiten eine konkrete Orientierung im Dickicht der „neuen“ Marketing-Begriffe liefern möchte. Denn Direktmarketing, One-to-one-Marketing, Dialog-Marketing, Event-Marketing, Customer Relationship Management etc. überschneiden und ergänzen sich nicht nur, sondern wählen zudem noch verschiedene Blickwinkel. bav-Fazit: Die Autoren loten die Schlüsselthemen aus und bieten umsetzbare Praxislösungen an.

Werbung

Intelligentes Couponing

D. Ploss/A. Berger, 263 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-89842-305-0, Galileo Press, Bonn, www.galileobusiness.de, 49,90 Euro

Coupons lassen sich vielfältig und flexibel als kostengünstiges Instrument zur Kundenbindung sowie zur Neukundengewinnung einsetzen. Unter Couponing wird der geplante und gezielte Einsatz von Bezugsscheinen bzw. Coupons im Rahmen von Promotion-Aktivitäten eines Unternehmens verstanden. Der Interessent/Kunde erwirbt mit dem Coupon das Anrecht auf einen Preisnachlaß, ein Produkt, eine Serviceleistung etc. Das Marketing-Fachbuch geht auf alle wesentlichen Themen von der Planung, über die Umsetzung bis zur Erfolgskontrolle ein. bav-Fazit: kompetenter und umfangreicher Ratgeber mit Praxisbeispielen – sehr empfehlenswert.

Training

Das etwas andere Rhetorik-Training

B.-W. Lubbers, 214 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-409-11955-8, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler-online.de, 29,90 Euro

Der Redner sollte seine Ängste vor einer Blamage überwinden, Spaß an seiner Rede haben und authentisch sein. Mit einem Augenzwinkern nimmt der Autor den Leser mit auf seinen anschaulichen und leicht verständlichen Rhetorik-Kurs. Der Umgang mit Lampenfieber und Störungen wird ebenso behandelt wie Botschaft, Dramaturgie und roter Faden einer Rede. Zudem gibt es Redemuster sowie Tips zum Würzen von Vorträgen mit Parabeln und Geschichten. bav-Fazit: kompetentes, umfassendes und sympathisches Trainingsbuch.

Direktmarketing

Stark texten, mehr verkaufen

Stefan Gottschling, 195 Seiten, 2002, ISBN 3-409-11935-3, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler-online.de, 24,90 Euro

Wie schreibt man einfache, klare Texte, die konkret vermitteln, was die Leser/Kunden



brauchen, um zu reagieren oder zu kaufen? Was wird gelesen, was nicht? Wie man mehr Response bei Werbefrieden, Prospekten, E-Mail-Newslettern und Texten im Internet bekommt, zeigt das Buch mit konkreten Schritt-für-Schritt-Anleitungen: Schreibschwelle überwinden, fesselnde Headlines kreieren, Wortwahl und Stil zielgruppengerecht abstimmen etc. bav-Fazit: kompetentes und umfassendes Übungsprogramm für alle, die ihre Werbung selber und/oder besser machen wollen – sehr empfehlenswert.

Training

Das innere Archiv

Vera F. Birkenbihl, 366 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-89749-241-5, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 25,90 Euro

Das Wissensnetz enthält alles, was ein Mensch bisher gelernt hat. Seine Inhalte ergeben die Persönlichkeit und stellt die Grundlage der gesamten geistigen Tätigkeiten dar. Das Buch will mit der Technik des „Inneren Archives“ (Methoden, Aufbau, Abruf) dem Leser hel-

fen, seine Fähigkeiten zu denken, Problem zu lösen, kreative Ideen zu entwickeln etc. zu stärken und zu verbessern. bav-Fazit: ein „Buch-Seminar“, das in 19 Modulen verschiedene Techniken vorstellt.



Geschäftsbriefe

Formulieren ohne Floskeln

J. Neumann / S. Herrmann, 256 Seiten, 2002, Taschenbuch, ISBN 3-478-81283-6, Moderne Industrie, München, www.redline-wirtschaft.de, 8,90 Euro

Viele (Geschäfts-)Briefe sind vielleicht sachlich richtig aber oft auch langweilig formuliert. Nur wer es schafft, beim Leser



Emotionen zu wecken, kann Interesse erzeugen, Zustimmung schaffen und zum Handeln motivieren. Wie man unterschiedlichste Mitteilungen frisch, peppig und persönlich verpacken kann und dabei trotzdem seriös bleibt, zeigt das Buch. bav-Fazit: kurzweiliger, sehr empfehlenswerter Ratgeber mit vielen Praxisbeispielen.

Duden-Software

Korrespondenzen ohne Fehler

Die aktuelle Software-Version 2.0 des „Duden Korrektors Plus“ (49,95 Euro; ISBN 3-411-06957-0, www.duden.de) ist eine komfortable Rechtschreib- und Grammatikprüfung deutschsprachiger Texte für MS Word mit einer leicht zu bedienen-

den Benutzeroberfläche. Für die Erkennung der häufigsten Fehlerarten gibt es eine Voll- als auch eine Schnellprüfung. Bei den Korrekturstilen kann der Anwender zwischen „konservativ“, „progressiv“, „kombiniert“ und „Duden-Empfehlung“ wählen. Praktisch ist die Nachschlagemöglichkeit in den drei integrierten Dudenwerken „Das Fremdwörterbuch“, „Die sinn- und sachverwandten Wörter“ sowie „Richtiges und gutes Deutsch“. Mitgeliefert werden noch 110 Musterbriefe. bav-Fazit: hilfreiche Software für alle Geschäftsbriefe und Korrespondenzen.

Führung

Ergebnisorientiert delegieren

R. + D. Strackbein, 192 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-409-12071-8, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler-online.de, 34,90 Euro

Das Delegieren von Aufgaben und Verantwortung ist eine der wichtigsten Führungsaufgaben. Daher ist es unverzichtbar, sich die Prinzipien und Methoden der richtigen und erfolgreichen Delegation anzueignen. Das Buch kombiniert die Managementtechniken der ergebnisorientierten Delegation sowie der zielorientierten Führung. Ziel ist es, sowohl die Entlastung der Führungskraft zu erreichen als auch die Motivation der Mitarbeiter durch Fordern, Fördern und selbstverantwortliches Handeln zu steigern. bav-Fazit: empfehlenswertes Buch mit interessantem Ansatz und praxisnahen Beispielen.

Marketing

Erfolgsfaktor Kundenzeitschrift

Heike Steinmetz, 178 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-89842-284-4, Galileo Press, Bonn, www.galileobusiness.de, 24,90 Euro
Kundenzeitschriften gehören heute zu den erfolgreichsten PR-Maßnahmen im Marketingmix. Richtig konzipiert und gezielt eingesetzt dienen sie der



Image- und Verkaufsförderung, intensivieren den Dialog mit dem Kunden und schaffen Vertrauen zum Unternehmen. Das Buch erläutert alle Schritte von der Idee, über die Konzeption und Produktion bis hin zum Vertrieb einer professionellen Kundenzeitschrift. Auch die Themen Relaunch, Kosten und Erfolgskontrolle werden angesprochen. bav-Fazit: Das Buch liefert praxisnahes Know-how zu einem wichtigen Thema – sehr empfehlenswert.

organisation sowie Personalführung unter Bezugnahme auf aktuelle Konzepte ausführlich dargestellt. Zudem legen die Autoren besonderen Wert auf eine solide quantitative Orientierung und auf anschauliche Praxisbeispiele. bav-Fazit: sehr empfehlenswertes Lehrbuch mit aktuellem, fundiertem und praxisnahem Marketingwissen.

Training

Story Power

Vera F. Birkenbihl, 205 Seiten, 2002, gebunden, ISBN 3-89749-228-8, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 20,90 Euro

Im ersten Teil des Buch-Seminars möchte die Autorin anhand zahlreicher Fallbeispiele zeigen, wie wichtig Stories bzw. Geschichten für jeden von uns sind und wie diese das persönliche Weltbild prägen. Im zweiten Teil werden dem Leser einige thematisch sortierte Stories angeboten; Themen sind u. a. Fehler, Motivation, Service und Super-Erfolgs-Strategie. Ein Ziel dabei ist es, anhand dieser (plastischen) Geschichten den Lesern Einsichten zu vermitteln. Fazit: ein inspirierendes Buch für Führungskräfte, Trainer und Coaches.

Training

Marketing- management

C. Homburg/H. Krohmer, 1128 Seiten, 2003, gebunden, ISBN 3-409-12263-X, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler-online.de, 49,90 Euro

Das Buch vermittelt die grundlegenden Perspektiven des Marketing und stellt die aktuellen Entwicklungen in der Marketingforschung und der Unternehmenspraxis dar. Mit Blick auf die Umsetzung in die Praxis werden z. B. die Bereiche Marketing- und Vertriebs-



Aktuelle Fachzeitschriften, interessante Fachbücher sowie hilfreiche Arbeits- und Kalkulationsunterlagen erhalten Sie am Hauptstand des Gentner Verlags im Übergang von Halle

5.1 zu 6.1 Stand V05