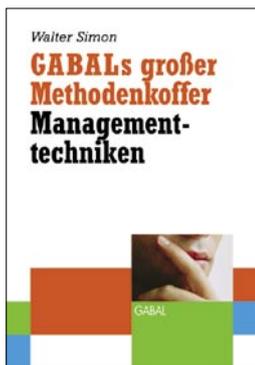


Management

Gabals großer Methodenkoffer...

... Managementtechniken, Walter Simon, 330 Seiten, 2005, Hardcover, ISBN 3-89749-504-X, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 24,90 Euro
Das Buch ist als Arbeitshilfe im Tagesgeschäft von Führungskräften aller Unternehmensgrößen konzipiert, die einen Überblick über die wichtigsten Managementtechniken suchen. Dazu gehören: ABC-Analyse, Balanced Scorecard, Chaos-, Change- und Lean-Management, EKS, Kennzahlen, Six Sigma, Trenderkennung etc. Die Begriffe werden



meist auf maximal zehn Seiten erläutert. Am Kapitelende stehen weiterführende Literaturtipps. Fazit: Ein fundiertes, praxisnahes Nachschlagewerk.

Selbstmanagement

Blink!

Malcolm Gladwell, 264 S., 2005, gebunden, ISBN 3-593-37779-9, Campus Verlag, Frankfurt, www.campus.de, 24,90 Euro
Jeder kennt die kurzen Momente, in denen wir blitzartige Entscheidungen treffen; also Momente, in denen wir denken, ohne zu denken. Wir sprechen dabei auch von Intuition oder Bauchgefühl. Der US-Bestsellerautor erklärt ausführlich, wie unser Gehirn in Blink!-Momenten abgespeicherte Erfahrungen aktiviert. Anhand vieler, z.T.



ausführlicher Beispielgeschichten aus allen Lebensbereichen schärft er die Sinne des Lesers für die Funktionsmechanismen des adaptiven Unbewussten. Fazit: Eine faszinierende Entdeckungsreise, die stellenweise etwas langatmig ist.

Verkauf

Bei Anruf Termin

Klaus-J. Fink, 131 Seiten, 3., aktual. Aufl. 2005, ISBN 3-409-31476-8, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler.de, 22 Euro
Die telefonische Kaltakquise mit dem Ziel, einen qualifizierte Verkaufstermin zu vereinbaren, stellt eine große Hürde dar. Wie sich diese mit der richtigen Vorbereitung erfolgreich überwinden lässt, wird im Buch dargestellt. Beschrieben werden u.a. die vier Erfolgsfaktoren für eine professionelle Telefonakquise und die Phasen eines aktiven Telefonats zur Terminvereinbarung (inkl. Fragetechnik und Einwandbehandlung). Fazit: Hilfreicher Praxisratgeber mit vielen beispielhaften Formulierungen.



Training

Die souveräne Stimme

Olaf Nollmeyer, 195 Seiten, 2005, Hardcover, mit CD-ROM, ISBN 3-89749-505-8, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 24,90 Euro
Präsentationen, Verhandlungen, Beratungsgespräche, Vorträge – der Alltag ist voller Sprechsituationen. Ob man beim Reden seine Ziele erreichen kann, hängt nicht zuletzt von der Stimme ab. Das Übungsbuch will dem Leser systematisch helfen, seiner Stimme mehr Tragfähigkeit zu verleihen, beweglicher und motivierender zu sprechen, sich klar und deutlich zu artikulieren und mehr Wärme in die Stimme zu bekommen. Ergänzend gibt es ein interaktives Stimmtraining auf der CD. Fazit: Anschauliches, kompetentes und umfassendes Übungsbuch.



Verkauf

Erfolgreich akquirieren

Alexander Verweyen, 167 Seiten, 2., aktual. Aufl. 2005, ISBN 3-409-29412-0, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler.de, 25,90 Euro
Die Neukundengewinnung und -betreuung ist für viele Verkäufer eine besondere Herausforderung. Das Buch erläutert dazu zunächst die Grundlagen der Akquisearbeit und beschreibt dann, welche Instrumente und Methoden sich



für die direkte Kundenansprache eignen. Dies sind zum Briefe, Direct Mailings und E-Mails. Es folgen dann Tipps, wie man den Kundenkontakt am Telefon sowie im persönlichen Gespräch professionell und überzeugend gestaltet. Fazit: Ein empfehlenswertes Buch mit vielen Checklisten und Beispielen für den Praktiker.

Selbstmanagement

Überzeugen ohne zu argumentieren

Marion Recknagel, 110 Seiten, 2005, ISBN 3-89749-511-2, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 17,90 Euro
Überzeugen ohne zu argumentieren beginnt beim „Nein“ des Gesprächspartners. Doch wie gelingt es, die Widerstände derart auszuräumen, dass am Ende nicht unguete Gefühle oder ein Streit die Situation beherr-



schen? Das im Buch vorgestellte Kommunikationskonzept beruht u. a. darauf, zu akzeptieren und zu tolerieren, dass der Ge-

sprächspartner anders denkt. Die Berücksichtigung und Integration der Ziele beider Gesprächspartner ist der Schlüssel zu tragfähigen Vereinbarungen. Ergänzt wird das Buch durch einen exklusiven Workshop im Internet. Fazit: Empfehlenswertes Praxis- und Übungsbuch für bessere Gesprächsergebnisse.

Management

Immer gute Auftragslage!

Stephan Gebhardt-Seele, 265 Seiten, 2., ergänzte Aufl. 2005, ISBN 3-409-21922-6, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler.de, 29,90 Euro
Der Autor will Unternehmern und Verkäufern helfen, kosteneffizient neue Kunden und Aufträge zu akquirieren. Zu Beginn zeigt er, wie sich die Denkblockaden im Marketing aufbre-



chen lassen und warum selbst aufwendige Werbesendungen oft im Papierkorb landen. Anschließend werden die wichtigsten Aspekte des „Personen-Marketing“ erläutert. Im Mittelpunkt dieses Konzepts stehen die Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit des Verkäufers. Darauf basierend erfährt der Leser, wie er mit seiner Botschaft per Brief, E-Mail, Telefon etc. zum Kunden durchdringen und eine Reaktion erzielen kann. Fazit: Ein sehr empfehlenswerter, humorvoll geschriebener Ratgeber.

Selbstmanagement

Persönlichkeitsmarketing

Christiane Gierke, 151 Seiten, 2005, ISBN 3-89749-510-4, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 17,90 Euro
Fundiertes Fachwissen ist nur ein Teil des Erfolges im Arbeitsleben. Auf der Gewinnerseite ist derjenige, der zusätzlich mit seiner Persönlichkeit überzeugt, wer sich marktgerecht positionieren kann und dabei aber authentisch bleibt. Das Buch zeigt, wie man sich als Powerpersönlichkeit im Markt platzieren kann. Dabei geht es aber nicht um das Erlernen von aufgesetzten Verhaltensregeln, sondern um ein individuelles Persönlichkeitsmarketing mit



Herz, Hirn und Humor. Fazit: Übersichtlich gestalteter Ratgeber mit frischen Ideen und hohem Info-Gehalt.

Managementwissen

Die besten Checklisten für Manager...

... A-K, Band 11 (ISBN 3-593-37826-4) und L-Z, Band 12 (ISBN 3-593-37827-2) der Handelsblatt Management Bibliothek, je ca. 220 Seiten, 2005, gebunden, Campus Verlag, Frankfurt, www.campus.de, je 14,90 Euro
In den beiden Bänden werden checklistenartig (auf je ca. fünf bis acht Seiten) rund 70 Begriffe aus allen Unternehmensbereichen, die für Führungskräfte wichtig sind. Dazu gehören Auswahlgespräch, Benchmarking, Businessplan, Konferenzplanung, Marketingplan Team-

bildung usw. Der Aufbau der einzelnen Beschreibungen ist einheitlich: Auf die Zusammenfassung des Inhaltes folgen die Definition sowie die Beschreibung der Vor- und Nachteile des Instruments. Dann wird ein Aktionsplan vorgestellt und es werden Empfehlungen, Warnungen sowie Anregungen für den Praxiseinsatz gegeben. Fazit: Übersichtlich strukturierte und relativ preiswerte Nachschlagewerke. Leider sind viele der weiterführenden Literaturhinweise nicht mehr aktuell.

Verkauf

Empfehlungsmarketing

Klaus-J. Fink, 148 S., 3., aktual. Aufl. 2005, ISBN 3-8349-0005-2, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler.de, 22 Euro



Eine qualifizierte Empfehlung ist nach wie vor die effektivste und kostengünstigste Form der Neukundengewinnung. Kunden, die sich gut beraten und betreut fühlen, sind oftmals gerne bereit, Empfehlungen auszusprechen. Allerdings muss sie der Verkäufer auch danach fragen. Das Buch zeigt auf, wie man z.B. persönlich vorhandene Hemmnisse überwinden, auf Kundenwiderstände reagieren und Empfehlungen in Termine verwandeln kann. Dazu gibt es z.B. Formulierungsbeispiele zum Einstieg in die Empfehlungsfrage und zum Ausbau der Empfehlungskette. Fazit: Leicht verständlicher Ratgeber mit hohem Gebrauchswert.

Training

Aktiv zuhören und clever fragen

Siegfried W. Kartmann, 204 Seiten, 2005, Hardcover, mit Audio-CD, ISBN 3-89749-494-9, Gabal Verlag, Offenbach, www.gabal-verlag.de, 34,90 Euro

Zu reden ist uns ein Bedürfnis, zuzuhören eine Kunst, erkannte bereits Goethe. Doch nach wie vor können viele Führungskräfte und Verkäufer ihrem Gesprächspartner nicht mitteilen, was bei ihnen von den Worten des Gegenübers wirklich angekommen ist. Wie man die Technik des aktiven Zuhörens trainieren kann, wird anhand vieler beispielhafter Formulierungen erläutert. Weitere Kernthemen des Buches sind Frageverhalten und Fragetechniken, Einwand-



behandlung, Verhandlungskunst und positives Denken. Zur Verdeutlichung der vorgestellten Techniken dient eine Audio-CD. Fazit: Ein sehr empfehlenswertes Arbeits- und Übungsbuch zu einem zentralen Thema.

Werbung

Rechtspraxis im Direktmarketing

Peter Schotthöfer, 260 S., 2005, Gebunden, ISBN 3-409-12598-1, Gabler Verlag, Wiesbaden, www.gabler.de, 45,90 Euro

Im Direktmarketing liegen große Umsatzchancen, allerdings birgt es auch Fallstricke. Einen umfassenden Überblick über die Rechtspraxis liefert das Buch, gerade auch im Hinblick auf das Gesetz gegen den unlauteren



Wettbewerb. Behandelt werden viele Themen rund um Werberecht und Datenschutz sowie spezielle Rechtsfragen des Marketings per Brief, Telefon, SMS, Telefax, E-Mail und Internet. Beispielhafte Urteile, Checklisten sowie Vertrags- und Formulierungsmuster erleichtern die Umsetzung in die Praxis. Fazit: Aktuelles Basiswerk zum Recht im Direktmarketing.

Handwerkermarketing

Einfach gut werben

Oliver Geheeb u. a., 120 Seiten, 2005, ISBN 3-8214-7646-X, BW Verlag, Nürnberg (www.bwverlag.de), 19,80 Euro

Dieser Werbe-Ratgeber möchte speziell Handwerksbetrieben die wichtigsten Schritte für eine professionellen Außendarstellung aufzeigen. Die Themen reichen vom Logo, über Anzeigen, Flyer und Plakate bis hin zu Events und zur Website. Neben kurzen Erläuterungen gibt es viele Tipps sowie konkrete, Beispiele in Farbe. Fazit: Anschauliche Orientierungs- und Umsetzungshilfe.

Training

Kundenorientiert telefonieren

Hans-Michael Klein, 190 Seiten, 2., aktual. Aufl. 2004, ISBN 3-589-23551-9, Cornelsen Verlag, Berlin (www.cornelsen.de/berufskompetenz), 14,95 Euro

Das Buch führt in die Techniken des kundenorientierten Verhaltens am Telefon ein und erläutert zudem die erforderlichen organisatorischen Maßnahmen, um Telefon- und Unternehmenskonzept miteinander zu verzahnen. Fazit: Ein praxisorientierter Ratgeber für Marketing, Akquise und Kundenbetreuung mit vielen Dialog-Beispielen und Tipps.

Management

Führen mit Power

R. und D. Strackbein, 200 Seiten, 2005, Gebunden, ISBN 3-409-12374-1, Gabler Verlag, Wiesbaden (www.gabler.de), 34,90 Euro

Gerade in schwierigen Zeiten ist eine praktische, der Situation angepasste, motivierende Mitarbeiterführung gefragt. Die Autoren zeigen, wie auch die unter zunehmendem Druck stehenden Entscheidungsträger künftig alle fachlichen, sozialen und psychologischen Faktoren von Führung erfolgreich beherrschen können. Dazu bieten sie einen Baukasten der Führungselemente, aus dem Verantwortliche jeweils der Lage angemessene In-



strumente auswählen und anwenden können. Fazit: Ein wertvolles Führungshandbuch für Praktiker mit vielen Beispielen und Lösungsvorschlägen.

Managementwissen

Die besten Zitate und Aphorismen...

... für Manager, Band 6 der Handelsblatt Management Bibliothek, 260 Seiten, 2005, gebunden, ISBN 3-593-37821-3, Campus Verlag, Frankfurt, www.campus.de, 14,90 Euro Die über 2000 Zitate, Weisheiten und Aphorismen wurden von Hermann Simon ausgesucht, kommentiert und zusammengestellt. Die Sammlung ist



gegliedert nach elf Themenbereichen, die für heutige Führungskräfte von Relevanz sind. Fündig wurde Simon bei Wirtschaftsführern, Literaten, Philosophen und Politikern aus mehreren Jahrtausenden. Fazit: Wertvolle Fundgrube für Reden, Vorträge und Präsentationen.