

Marketing

Kunden verstehen, gewinnen und begeistern

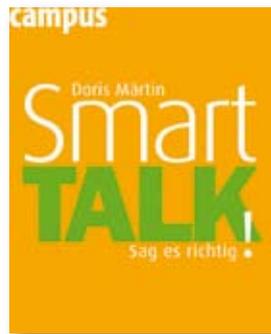
Dietmar Pfaff, 199 S., 2006, gebunden, ISBN 3-593-37951-1, Campus Verlag, Frankfurt (www.campus.de), 24,90 Euro
Auch wenn kleine und mittlere Betriebe nicht die gleichen Ressourcen für ihre Marketingstrategien haben wie große Konzerne ist erfolgreiches Marketing dennoch möglich. Das Buch zeigt, wie mittelständische Unternehmen ein konkretes Bild über den Kunden und seine Motive erhalten, eine kundengerechte Ansprache finden und ihre Botschaften und Angebote auf die Kundenbedürfnisse abstimmen. Dabei beschreibt er die notwendigen Instrumente und Methoden sowie ihre Anwendung und Umsetzung in der Praxis. bav-Fazit: kompetenter Ratgeber, der den Kunden in den (Marketing-)Mittelpunkt stellt – sehr empfehlenswert.



Kommunikation

Smart Talk

Doris Martin, 238 Seiten, 2006, ISBN 3-593-37919-8, Campus Verlag, Frankfurt (www.campus.de), 19,90 Euro



Die Autorin hat einen Wegweiser für alle geschrieben, die „smart“ kommunizieren möchten: sympathisch, mühelos, authentisch, redigewandt, taktvoll. Sie zeigt, dass gute Kommunikation auf acht Grundfertigkeiten beruht, die man trainieren kann: sich unterhalten, verstehen, sich darstellen, formulieren, sich behaupten, versöhnen, präsentieren, erzählen etc. Es gibt viele Anregungen, z.B. in Form von „Talk-Tools“, wie sich die Grundfertigkeiten perfektionieren lassen. bav-Fazit: ein sehr gut strukturiertes, empfehlenswertes Arbeitsbuch mit vielen anschaulichen Beispielen.

Marketing

Praxishandbuch Werbeartikel

Michael Nebert, 208 Seiten, 2. aktual. u. erw. Auflage 2006, gebunden, ISBN 978-3-636-03072-6, Redline Wirtschaft, Heidelberg (www.redline-wirtschaft.de), 39,90 Euro
Kleine Geschenke erhalten die Kundschaft! Doch welche Werbemittel sind „in“ und welche „out“? Und wie und wo lässt man sie produzieren? Das Handbuch zeigt, wie man Werbegeschenke und Giveaways entwickelt, die bei den Kunden ankommen. Es führt den Leser

von der Ausschreibung über die Anbieterbewertung bis hin zur Gestaltung eines Werbeartikelsortiments. bav-Fazit: umfassender Ratgeber mit aktuellem Know-how und geldwerten Tipps.



Verkauf

Kunden gewinnen am Telefon

Andree Literski, 160 Seiten, 2006, mit CD-ROM, ISBN 978-3-448-07525-0, Haufe Verlag, Planegg (www.haufe.de), 24,80 Euro

Ob Terminvereinbarung, direkter Verkauf, Zusatzverkauf oder Bedarfsabfrage – keine andere Akquiseform ist so effektiv und effizient wie die direkte Kundenansprache per Telefon. Der Autor bietet mit seiner „Puls60“-Methode eine Lösung für die Praxis an. Schritt für Schritt wird erläutert, wie man am Telefon überzeugend kommunizieren und auch auf Einwände eingehen kann. Der Leser bekommt zudem eine Bauanleitung für den persönlichen



Gesprächsleitfaden sowie 40 Musterleitfäden. bav-Fazit: sehr empfehlenswerter Kompaktratgeber für alle Telefon-Einsteiger und -Fortgeschrittene, die sich verbessern wollen.

Kommunikation

Gesprächstechniken für Führungskräfte

A. v. d. Heyde/B. v. d. Linde, kartoniert, 222 Seiten, 2. Auflage 2007, ISBN 978-3-448-07500-7, Haufe Verlag, Planegg (www.haufe.de), 24,95 Euro
Führungskräfte kommunizieren immer und überall, z.B. in Verhandlungen, Mitarbeiter- und Kundengesprächen. In solchen Situationen zeigt sich: Reden allein genügt nicht. Es kommt auf die richtige, zielführende und reibungslose Gesprächsführung an. Das Buch



stellt die Grundlagen und Techniken vor und geht dabei auch auf aktuelle Themen wie Small Talk, Schlagfertigkeit und Konfliktmoderation ein. bav-Fazit: kompetenter Kompaktratgeber mit vielen Tipps und Übungen zur Verbesserung der kommunikativen Fähigkeiten.

Motivation

Das Prinzip Gewinnen

Arthur L. Williams, 248 Seiten, 2006, ISBN 978-3-636-01339-2, Redline Wirtschaft, Heidelberg (www.redline-wirtschaft.de), 9,90 Euro



Persönlicher Erfolg beruht auf der Verwirklichung der eigenen Lebensziele und Träume. Wer ihnen treu bleibt, findet seinen Weg. Auf diese Weise hat der Autor eine der größten Lebensversicherungen der Welt aufgebaut. Seine Prinzipien heißen: Tun Sie Ihr Bestmögliches! Lernen Sie, wieder zu träumen! Engagieren Sie sich! Träumen Sie von großen Dingen – aber formulieren Sie einfach! Seien Sie konstruktiv, und denken Sie positiv! Bauen Sie ein gutes Verhältnis zu Ihren Mitmenschen (Mitarbeitern) auf! Geben Sie niemals auf! bav-Fazit: ein spannender und sehr motivierender Lese-genuss mit vielen Anekdoten.

Selbstvermarktung

Die Marke ICH

C. Seidl, Conrad/W. Beutelmeyer, 336 Seiten, 3. aktual. u. erw. Auflage 2006, ISBN 978-3-636-01355-2, Redline Wirtschaft, Heidelberg (www.redline-wirtschaft.de), 17,90 Euro



Im Business-Bereich weiß man längst: Ohne Markenstrategie kein Markenbewusstsein. Doch wie wird man als Mensch unverwechselbar? Zwei Selbstvermarktungsprofis zeigen, dass Selbst-Branding kein neuer Masochismus-Trend ist, sondern die Schöpfung eines präzisen Persönlichkeitsprofils bedeutet. Der Coaching-Ratgeber hilft dem Leser dabei, seine Stärken zu analysieren, Potenziale zu entdecken und sich treu zu bleiben – kurz: sich zur unverwechselbaren Marke zu entwickeln. bav-Fazit: ein leicht lesbarer, humorvoller Ratgeber mit vielen Beispielen.

Management

Führen

Daniel F. Pinnow, 324 S., 2., überarb. Auflage 2006, gebunden, ISBN 978-3-8349-0331-0, Gabler Verlag, Wiesbaden (www.gabler.de), 39,90 Euro



Worauf kommt es im Führungsalltag genau an? Was macht gute Führung aus? Wie kann man mit Verstand und Gefühl führen? Das Buch bietet einen kompakten Überblick über die wichtigsten Führungsansätze in Theorie und Praxis. Dazu gehören u. a. die Instrumente systemischer Führung: Mitarbeitergespräch, Coaching, Konfliktmanagement, Feedbackkultur, Delegation, Teamentwicklung etc. bav-Fazit: eine gelungene und aktuelle Bestandsaufnahme rund um das Thema Führung.

Schreiben

Der Weg zum erfolgreichen Sachbuchautor

O. Gorus/J. A. Zoll, 333 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-89749-632-1, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 29,90 Euro

Das Buch zeigt konsequent prozessorientiert den gesamten Ablauf eines Sachbuch- oder Fachbuchprojekts aus der Sicht des Autors. Es setzt an bei der Frage, warum, für wen und wie es sich überhaupt lohnt zu publizieren. Entlang der einzelnen Schritte wird alles behandelt, was man als angehender Autor wissen muss: Von der ersten Buchidee und der Entwicklung eines marktgerechten Konzepts über Verlagsuche und Manuskripterstellung bis hin zur Vermarktung des fertigen Buches. bav-Fazit: ein rundum gelungenes Sachbuch mit anschaulichen Beispielen – Pflichtlektüre für angehende Autoren.



Personal

Persönlichkeitsmodelle und Persönlichkeitstests

Walter Simon, 432 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-89749-636-4, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 79 Euro

Persönlichkeitstests werden in vielen Unternehmen zur Per-



sonalauswahl, zur Personal- und zur Teamentwicklung eingesetzt. Das Buch stellt die 15 wichtigsten Typologien im deutschsprachigen Raum vor. Alle Modelle werden vergleichbar nach einer einheitlichen Gliederung präsentiert: historische und theoretische Einordnung, Beschreibung der Typologie, praktischer Einsatz des Modells etc. Ein klarer Aufbau und eine übersichtliche Gestaltung helfen beim Vergleich der Testmethoden. bav-Fazit: ein umfassendes, fundiertes und hilfreiches Nachschlagewerk für Personalverantwortliche.

Marketing

Unverwechselbar

Bernd M. Samland, 160 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 978-3-448-07256-3, Haufe Verlag, Planegg (www.haufe.de), 29,80 Euro

Wie findet man einen schlagkräftigen Namen für sein Pro-



dukt, damit es sich auch am Markt durchsetzen kann? Das Buch geht konkret auf den Prozess der Entwicklung von Markennamen und Claims ein: Vorgehensweise, Positionierungsprofil, Kreativität, Marktforschung, rechtliche Aspekte. Der Autor zeigt zudem, welche Fehler man bei der Namenswahl vermeiden sollte und stellt Beispiele für ge- und missglückte Namenswahlen vor. bav-Fazit: Wer sich mit Name, Claim und Marke beschäftigen möchte, sollte diesen kompetenten und unterhaltsam geschriebenen Ratgeber unbedingt lesen.

Marketing

Wie Werbung wirkt

C. Scheier/D. Held, 195 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 978-3-448-07251-8, Haufe Verlag, Planegg (www.haufe.de), 29,80 Euro



Dieses Buch zeigt die Methoden und Möglichkeiten der modernen Hirnforschung auf und wie man diese zur Gestaltung von Werbung nutzen kann. Es erläutert zunächst den Begriff „Neuromarketing“ und nimmt dann die Kommunikation aus Sicht des Neuromarketing unter die Lupe. Danach wird dargestellt, wie mächtig die unbewussten Verhaltensprogramme beim Menschen sind und wie diese Programme fürs Marketing genutzt werden können. Weitere

zentrale Themen sind: wie die Wege im Kundengehirn laufen und was den Kunden antreibt. bav-Fazit: ein fundiertes, spannendes und aktuelles Buch mit vielen Beispielen und „Aha“-Effekten – sehr empfehlenswert für alle Werbeinteressierten.

Kundenmanagement

Das Leuchtturm-Prinzip

J. Stringer/S. Hall, 184 Seiten, gebunden, ISBN 3-89749-627-5, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 19,90 Euro

Warum seine Energien darauf verschwenden, Kunden zu gewinnen, die einfach nicht zum Unternehmen passen? Die Autorinnen beschreiben die Kundengewinnung als einen einfachen Prozess, bei dem es darum geht, die Anziehungskraft des eigenen Unternehmens so zu steigern, dass die richtigen bzw. perfekten Kunden angezogen werden – ähnlich wie bei einem Leuchtturm. Das Buch erläutert zunächst, wie relativ einfach diese „strategische Synchronizität“ funktioniert. Danach geht es darum, passende Strategiepläne zu entwickeln und die strategische Anziehung in die Praxis umzusetzen. bav-Fazit: innovativer und inspirierender Ansatz zur effizienten und effektiven Gewinnung der passenden Kunden – unbedingt lesen.

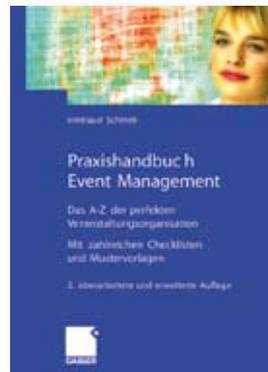


Veranstaltungen

Praxishandbuch Event Management

Irmtraud Schmitt, 250 S., 2. überarb. u. erw. Auflage 2006, ISBN 978-3-8349-0197-2, Gabler Verlag, Wiesbaden (www.gabler.de), 39,90 Euro

Das Praxishandbuch zeigt, wie man erfolgreich, zeitsparend und budgetbewusst Veranstaltungen von A bis Z und Schritt für Schritt plant, organisiert und betreut – vom Arbeitsessen über den Betriebsausflug, das Firmenjubiläum, den Messeauftritt und die Kundeninfoveranstaltung bis hin zur Pressekonferenz und Weihnachtsfeier. Von der ersten Idee bis zur Nachbereitung und Erfolgskontrolle bietet das Buch praxisorientierte Arbeitshilfen mit vielen Checklisten und Mustervorlagen. bav-Fazit: ein sehr empfehlenswertes Nachschlagewerk für alle, die im Alltag für Veranstaltungen verantwortlich sind.



Management

Verkaufserfolg für Existenzgründer

B. Kaschek/P. Kaschek, 210 Seiten, 2006, ISBN 978-3-409-14276-2, Gabler Verlag, Wiesbaden (www.gabler.de), 26,90 Euro

Nach der Unternehmensgründung ist es erfolgsentscheidend, die Produkte und Leistungen erfolgreich an die Kunden zu bringen. Die Autoren beschrei-



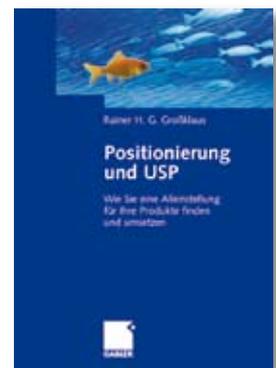
ben Schritt für Schritt u. a., wie man seine Produkte und Leistungen gegenüber Wettbewerbern positioniert, bei Marktanalyse und -segmentierung systematisch vorgeht, welche Kanäle und Instrumente man für die Kundengewinnung nutzen kann und wie man den Vertrieb effizient organisiert. bav-Fazit: (überlebens)wichtiges Grundlagenwissen mit Fallbeispielen für Existenzgründer.

Strategie

Positionierung und USP

Rainer H.G. Großklaus, 288 Seiten 2006, gebunden, ISBN 978-3-8349-0073-9, Gabler Verlag, Wiesbaden (www.gabler.de), 48 Euro

Wer mit seinem Unternehmen erfolgreich sein will, braucht optimal positionierte Produkte (und Dienstleistungen). Der Autor gibt eine systematische Anleitung für den Aufbau einer gelungenen Alleinstellung. Dazu gehören Themen wie: Positionierung planen und konzipieren, wichtige Infos zu Markt



und Wettbewerb sammeln und verdichten, ein überzeugendes Verkaufsversprechen (USP) erarbeiten, den Erfolg des Positionierungsvorhabens überprüfen und sichern. Praxiserprobte Arbeitsblätter, Checklisten und ein ausführliches Fallbeispiel sollen bei der Umsetzung helfen. bav-Fazit: ein wertvoller und fundierter Leitfaden für alle, die ihre Positionierungsarbeit systematisch und effektiv gestalten wollen.



Internet

Praxiswissen Online-Marketing

Erwin Lammenett, 248 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 978-3-8349-0273-3, Gabler Verlag, Wiesbaden (www.gabler.de), 42 Euro

Viele Unternehmen tun sich noch schwer mit den Instrumentarien des immer bedeutender werdenden Online-Marketings. Das Buch liefert einen strukturierten und ganzheitlichen Ansatz, mit dem profitables Online-Marketing gelingen kann. Ob Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Keyword-Advertising, Online-Werbung oder Suchmaschinen-Optimierung – der Leser erfährt, was hinter diesen Begriffen steht, wie er diese Instrumente nutzen, sinnvoll kombinieren und ein effizientes Controlling aufbauen kann. bav-Fazit: ein aktueller, umfassender und übersichtlich strukturierter (Praxis-)Leitfaden, der auch für Einsteiger gut lesbar ist – sehr empfehlenswert.

Selbstmanagement

Mut zur Auszeit

Christa Langheiter, 208 Seiten, 2006, ISBN 978-3-636-01378-1, Redline Wirtschaft, Heidelberg (www.redline-wirtschaft.de), 18,40 Euro

Ob man sich leer und ausgebrannt fühlt, nach Orientierung, Abstand oder Veränderung sucht – oder schlicht abenteuerlustig ist: Immer mehr Menschen versuchen mit Sabbatical, Langzeiturlaub und Ausstieg auf Zeit zu mehr Lebensqualität und neuen Perspektiven zu gelangen. Doch wie arrangiert man sich mit dem Arbeitgeber, dem Partner und den Kindern? Wie überbrückt man die Versorgungslücke? Wie nutzt man die Zeit sinnvoll? Wie findet man danach einen guten Einstieg? Das Buch bietet auch viele Erfahrungsberichte von „Aussteigern auf Zeit“. bav-Fazit: sehr empfehlenswertes Buch, das Mut zur Auszeit macht, aber kein Luftschlosser aufbaut.

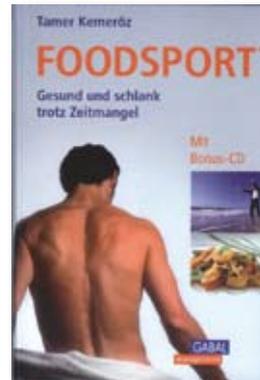


Selbstmanagement

Foodsport

Tamer Kemeröz, 272 Seiten, 2006, mit CD-ROM, gebunden, ISBN 3-89749-633-X, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 29,90 Euro

Gesund und schlank trotz Zeitmangel? Der Autor möchte dem Leser zeigen, wie man trotz Zeitmangel einen gesunden und aktiven Lebensstil



führen kann – ohne Hungerkuren, Genussverzicht und schlechtes Gewissen. Deshalb gehören „kulinarische Ausrutscher“ oder sportliche Pausen als menschliches Normalverhalten zu diesem Konzept. Geboten werden u. a.: viele Rezepte mit Fotos, Einkaufsliste, Checklisten und eine CD mit allen Rezepten zum Ausdrucken. Unter www.foodsport.com gibt es weitere Infos. bav-Fazit: ein wertvoller Helfer für Personen mit hektischen, unregelmäßigen Tagesabläufen.

Training

Soft Skills für Young Professionals

A. Moritz/F. Rimbach, 648 Seiten 2006, gebunden, ISBN 3-89749-630-5, Gabal Verlag, Offenbach (www.gabal-verlag.de), 29,90 Euro

Fachkompetenz ist unerlässlich, aber nicht alles. Wer beruflich weiterkommen will braucht noch andere Fähigkeiten. Zu den so genannten „Soft Skills“ zählen Redegewandtheit, emotionale und kommunikative Intelligenz, gutes Benehmen, breite Allgemeinbildung, Führungskompetenz etc. Das Buch beschreibt die wichtigsten Methoden und gibt Verhaltenstipps zu beruflichen Themenfeldern wie Präsentation, Moderation, Rhetorik, Gruppen, Teams etc. bav-Fazit: ein kompakter, umfassender und gut strukturierter Ratgeber – empfehlenswert (nicht nur) für Nachwuchskräfte.