



PUBLICIS

Peter Kinne

Die Kunst, bevorzugt zu werden

Das Erfolgskonzept Wertebalance



2011, 207 Seiten,
41 Abbildungen,
24 Tabellen, gebunden
ISBN 978-3-89578-395-1
€ 34,90 [D]

Zielgruppen:

Führungskräfte und Berater,
Planer, Controller, Change
Manager, HR-Manager,
Marketing und Werbung

Das Buch richtet sich in erster Linie an Personen, die mit der Führung und Aufsicht von Unternehmen und Organisationen im privaten und öffentlichen Bereich betraut sind. Darüber hinaus sollte es für Lehrer und Dozenten und Studenten der Betriebswirtschaft, der Management- und Organisationswissenschaften und der Pädagogik nützlich sein.

Peter Kinne beschreibt einen neuen Weg, Organisationen im Wettbewerb zukunftsfähig zu machen. Die dargestellte Methodik bezieht im Gegensatz zu den klassischen Ansätzen das Präferenzverhalten von Kunden und Mitarbeitern ein und bietet damit aus strategischer Sicht klare Vorteile selbst gegenüber integrativen Managementmethoden wie der Balanced Scorecard. Sie basiert auf einer messbaren Balance der – für den Erfolg relevanten – Werte an den kritischen Schnittstellen zwischen der Organisation und ihren Key-Stakeholdern. Anhand eines ganzheitlichen Orientierungsmodells können die Wettbewerbsposition optimiert, kritische Veränderungsprozesse beschleunigt und die Nachhaltigkeit im Management verbessert werden.

Die Methodik liefert effektive Werkzeuge für die Steuerung nicht nur der materiellen, sondern vor allem auch der kritischen, immateriellen Unternehmensressourcen, zu denen das Wissen und Verhalten der Mitarbeiter gehört. Sie ist branchenunabhängig, leicht verständlich und relativ einfach implementierbar. Wie sie sich praktisch umsetzen lässt, zeigen die beiden im Buch beschriebenen Fallstudien für ein Privatunternehmen sowie für eine Schule als Beispiel für den öffentlichen Bereich.

Das vorgestellte Managementkonzept bietet klare Vorteile gegenüber Methoden wie der Balanced Scorecard.



Christian Zich

Intelligente Werbung, Exzellentes Marketing

Ein praktischer Leitfaden zu Kundenpsychologie und Neuromarketing, Prozessen und Partnermanagement

Dieses Buch richtet sich an diejenigen, die es besser machen wollen. An Marketingverantwortliche und Agenturen. Das vorgestellte Referenzmodell hilft, die Marketingprozesse zu optimieren, ein Reifegradmodell dient der Überprüfung, wie gut die Organisation wirklich ist. Dazu stellt Christian Zich vier Bausteine für effiziente und erfolgreiche Marketingkommunikation vor: Wie muss ich meine Werbung gestalten? Mit welchen

Prozessschritten komme ich schnell und wirksam zu einem sehr guten Ergebnis? Anhand welcher Kriterien finde ich die beste Agentur? Wie kann ich diese Erkenntnisse in die Praxis umsetzen? Untermuert wird dies alles durch gute und schlechte Beispiele; Checklisten und Templates erleichtern die Anwendung.

Das Buch schließt endlich die Lücke zwischen Büchern zu Kreativität, Marketing-Lehrbüchern und Büchern zu Kundenverhalten und -psychologie.

Januar 2012 ca. 320 Seiten, ca. 100 Abbildungen, gebunden ISBN 978-3-89578-377-7 ca. € 39,90 [D]

Zielgruppen: Marketing, Werbung, Vertrieb, Industrie, Dienstleistungsunternehmen, Werbeagenturen, Hochschulen, Designer, Texter, Journalisten, Kommunikationswissenschaftler, Kundenberater, Strategic Planner



Antonio Schnieder, Tom Sommerlatte (Hrsg.)

Die Zukunft der deutschen Wirtschaft

Visionen für 2030

Mit diesem Buch verlassen Herausgeber und Autoren für ein breites Themenfeld die ausgetretenen Pfade der Trend- und Szenarientwicklung und treten ein in eine neue, visionäre Welt.

Das Buch ist einmalig; es richtet sich an alle von uns, die sich für die Zukunft interessieren. Bekannte Wissenschaftler, Manager, Journalisten und Politiker präsentieren ihre persönlichen Zukunftsvisionen für fast alle Bereiche unserer Wirtschaft. Losgelöst von aktuellen wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen liefern sie eine Fülle von Ideen, wie die

Zukunft aussehen wird und was wir dazu beitragen können, sie in eine gute Richtung zu steuern.

Ein Buch mit hoher Inspirationskraft und Kultpotenzial für viele tausende Leser.

2010, 332 Seiten, gebunden ISBN 978-3-89578-350-0 € 24,90 [D]

Zielgruppen: Projektmanager, Qualitätsmanager, Berater, Studenten, Dozenten



Günter Hofbauer, Claudia Hellwig

Professionelles Vertriebsmanagement

Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht

Die in diesem Buch vorgestellte konsequente Prozessorientierung ermöglicht eine neuartige, durchgängig erfolgsorientierte Sicht auf die Vertriebsarbeit, höhere Effektivität und mehr Effizienz.

Für die 2. Auflage wurde das Buch wesentlich erweitert, abgerundet wird es durch ein ausführliches Kapitel zu Verhandlungsmanagement.

Neue Denkweisen für Vertriebs- und Beschaffungsmanager.

2. Auflage, 2009 516 Seiten, 154 Abbildungen, 118 Tabellen gebunden ISBN 978-3-89578-328-9 € 59,90 [D]

Zielgruppen: Manager in Marketing, Einkauf, Vertrieb und Werbung, Produktmanager, Leiter mittlerer und kleiner Unternehmen, Agenturen, Studenten und Dozenten

Bestellschein/Order form

Bitte liefern Sie mir folgende Titel / Please send me the following titles:

978-3-89578-395-1 Die Kunst
Expl./Qty. ISBN Kurztitel/Short title

978-3-89578-377-7 Intelligente Werbung
Expl./Qty. ISBN Kurztitel/Short title

978-3-89578-350-0 Die Zukunft
Expl./Qty. ISBN Kurztitel/Short title

978-3-89578-328-9 Prof. Vertriebsmanag.
Expl./Qty. ISBN Kurztitel/Short title

Zahlungsweise/Terms of payment

- Bitte senden Sie mir eine Rechnung / Please send an invoice
 - Bitte belasten Sie meine Kreditkarte / Please charge to my credit card
 - dienstlich / business privat / private
 -
- gültig bis / valid until: (MMYY)

Kartennr. / Card No.

Name

Firma / Company

Abteilung / Department

Straße / Street

PLZ, Ort / Zip code, City

Telefon / Phone

E-Mail / e-mail

Datum, Unterschrift / Date, Signature

Vielen Dank für Ihre Bestellung. Bitte senden Sie Ihre Bestellung an Ihre Buchhandlung / Thank you for your order. Please send your order to your local bookseller

oder an:

Wiley, Postfach 10 11 61, D-69451 Weinheim
Tel. + 49 (0) 62 01-60 64 00
Fax + 49 (0) 62 01-60 61 84
E-Mail: service@wiley-vch.de
www.wiley-vch.de

or to:

Wiley, P.O.BOX 101161, D-69451 Weinheim, Germany, Tel. + 49 (0) 62 01-60 64 00
Fax + 49 (0) 62 01-60 61 84
E-Mail: service@wiley-vch.de
www.wiley-vch.de

Alle Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer. Die Lieferung erfolgt zuzüglich Versandkosten. / In EU countries the local VAT is effective. Postage will be charged.