

Erfolgreich verhandeln – erfolgreich verkaufen



Anne M. Schüller
**Erfolgreich verhandeln –
Erfolgreich verkaufen**
Wie Sie Menschen und Märkte gewinnen
Oktober 2009
ISBN 978-3-938358-95-5
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 802
www.BusinessVillage.de/bl/802

Neue Zeiten brauchen neue Verkäufer – und ein neues Verkaufen

Moderne Verkaufsgespräche funktionieren nicht länger nach den mehr oder weniger plumpen Regeln, die vor Jahren noch gültig waren. Denn die Kunden sind – nicht zuletzt durch das Web 2.0 – informierter, kritischer, anspruchsvoller und deutlich fordernder geworden.

Da reicht es nicht mehr, nach altem Strickmuster Verkaufstechniken auswendig zu lernen oder selbsternannten Gurus nachzubeten. Vielmehr müssen Verkäufer verstehen, wie Menschen kaufen und nach welchen Regeln sie Entscheidungen treffen, um dieses Wissen dann Schritt für Schritt zu einem erfolgreichen Verkaufsgespräch zusammenzusetzen.

In ihrem neuen Buch verknüpft Anne M. Schüller auf einzigartige Weise die Psychologie des Verhandeln und die faszinierenden Erkenntnisse der Hirnforschung mit der hohen Kunst des Verkaufens.

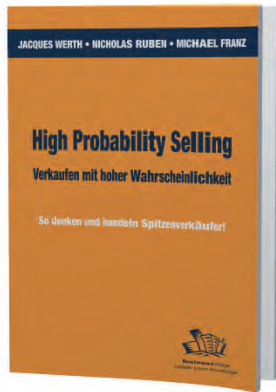
Es modernisiert bestens bewährte und präsentiert neue Verkaufstechniken – auf die heutigen Kunden zugeschnitten. Locker zu lesen bietet es für alle Phasen des Verkaufsgesprächs eine üppige Fülle ganz konkreter Formulierungsvorschläge – für brillante Verhandlungen und unerschöpflich viele Verkaufsabschlüsse.

Die Autorin

Anne M. Schüller, Diplom-Betriebswirtin, gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie hat den Begriff Total Loyalty Marketing geprägt. Sie ist Autorin zahlreicher Veröffentlichungen und zweier Management-Erfolgsbücher. Viele Jahre lang hatte sie Führungspositionen in Vertrieb und Marketing verschiedener Dienstleistungsbranchen inne. Als Marketing-Direktorin der Accor Hotellerie Deutschland erhielt sie mehrere Auszeichnungen.

Heute ist Anne M. Schüller als Marketing Consultant tätig. Ihre Schwerpunkte sind: Total Loyalty Marketing, marketingorientiertes Management-Coaching, Workshops und Seminare. Außerdem ist sie Dozentin an der Bayrischen Akademie für Werbung und Marketing und hat einen Lehrauftrag an der Fachhochschule Deggendorf im Fachbereich Unternehmensführung inne.

High Probability Selling



Jacques Werth, Nicholas Ruben,
Michael Franz
**High Probability Selling –
Verkaufen mit hoher Wahrscheinlichkeit**
So denken und handeln Spitzenverkäufer!
3. Auflage, Januar 2009
ISBN 978-3-938358-55-9
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 730
www.BusinessVillage.de/bl/730

„High Probability Selling – Verkaufen mit hoher Wahrscheinlichkeit“ basiert auf dem amerikanischen Longseller „High Probability Selling“, der sich bisher über 100.000 Mal in den USA verkauft hat.

Der Verkäufer Sal Esman hat schon alles versucht ...
... mehr Motivation, bessere Präsentationen, härtere Abschlusstechniken. Ohne durchschlagenden Erfolg. Dann wechselt er den Job. Dort lernt er etwas völlig Neues: High Probability Selling. Mit dieser Verkaufsmethode schafft er endlich den Aufstieg: Auf einfache, ehrliche und erfreuliche Weise verkauft er an Kunden, die seine Produkte und Dienstleistungen jetzt wollen, brauchen und bezahlen können. Und er hat wieder Spaß an der Arbeit. Ist das etwas, das Sie auch wollen?

Das schreibt die Presse:

„Aufgebaut als Gespräch zwischen Verkäufer und Vertriebschef liest sich das Buch vergnüglicher und praxisnäher als die meisten Ratgeber zum Thema.“
(cash Daily, Dezember 2008)

„Wenn Sie das nicht lesen, findet die Revolution im Verkauf ohne Sie statt!“
(getAbstract)

Unter den TOP TEN im Tagesanzeiger im November!
„Bei erfolgreichen Verkäufern läuft immer ein Film ab. Hier das Drehbuch dazu.“
(Tagesanzeiger, 24.11.2008)



High-Speed-Marketing



Christian Kalkbrenner
High-Speed-Marketing
In nur 7 Tagen zu einem durchschlagenden
Markt-konzept
September 2009
ISBN 978-3-938358-98-6
Preis: 24,80 € • 25,60 € [A] • 37,90 CHF
Art.-Nr. 804
www.BusinessVillage.de/bl/804

Das Erfolgsrezept für mehr Aufträge – auch in harten Zeiten

Unkonventionell, praxiserprobt und kostengünstig! Mit sieben hochwirksamen Marketing-Rezepten gelingt Ihnen das Unvorstellbare: Entdecken Sie Ihre Stärken, erschließen Sie neue Marktsegmente und besetzen Sie neue Marktnischen. Wachsen Sie, während andere schrumpfen.

Nicht nur bei kleinen und mittelständischen Unternehmen drängt oft die Zeit und sind die verfügbaren Mittel knapp. Sie brauchen Lösungen, die schnell wirken. Genau für diesen Fall hat der Unternehmensberater Christian Kalkbrenner High-Speed-Marketing entwickelt. In nur sieben Tagen richten Sie alles auf Erfolg aus und gewinnen auch in harten Zeiten neue Aufträge und Kunden. Statt grauer Theorie und abstrakter Methoden finden Sie in diesem Buch viele Best-Practice-Beispiele, wie Sie High-Speed-Marketing gewinnbringend einsetzen. Neben vielen High-Speed-Tipps hilft Ihnen eine spezielle Fallstudie mit Planungshilfen, Checklisten und konkreten Empfehlungen, Ihre Produkte und Dienstleistungen auf dem neuen Weg zu vermarkten.

Der besondere Marketingratgeber für alle, die – nicht nur in harten Zeiten – schnelle und anhaltende Erfolge erzielen wollen.

Der Autor

Christian Kalkbrenner gilt als führender Experte für High-Speed-Marketing. Bereits mit seinem interdisziplinären Ansatz „Bambus-Code“ ermöglicht er es Unternehmen, schneller zu wachsen als die Konkurrenz. Und nun drückt er nochmal aufs Gas und zeigt Unternehmen, was sie tun können, um in sieben Tagen ihr Geschäft zu beleben, unabhängig von ihrer momentanen Situation.

Erfolgreiches New Business für Werbeagenturen



Heiko Burrack
Erfolgreiches New Business für Werbeagenturen
Mit Insights, Tipps und Checklisten
September 2009
ISBN 978-3-86980-001-1
Preis: 29,80€ • 31,80€ [A] • 49,80 CHF
Art.-Nr. 796
www.BusinessVillage.de/bl/796

Eine Anleitung zur Kunden-Pirsch in der Kommunikationsbranche

Die Pflichtlektüre für Agenturen und Einzelkämpfer – für alle, die in der Kommunikationsbranche ihr Geld verdienen. New Business-Experte Heiko Burrack bringt mit seinem neuen Buch Licht in die Szene und lüftet den Mythos „New Business“.

Was ist dran am „Kostendrucker“ Einkauf? Welche Faktoren sind bei der Etatvergabe entscheidend? Der Autor zeigt die beliebtesten Fehler in der Akquise und gibt tiefe Einblicke in bisher verschlossene Bereiche. Von der Positionierung über die Kontaktaufnahme bis hin zur finalen Pitch-Präsentation illustriert dieses Buch das neue „New Business“. Denn beim erfolgreichen Neukundengeschäft geht es nicht nur um Kreativität, sondern vielmehr um Dienstleistungen, die verkauft werden müssen.

Mit praktischen Tipps und hilfreichen Checklisten lernt der Leser, mit den Augen seiner Auftraggeber zu sehen. Denn wer den Pitch zu seinen Gunsten entscheiden will, sollte den „Beschaffungsprozess“ seiner Kunden verstanden haben.

Der Autor

Heiko Burrack, Diplom-Kaufmann, berät seit mehreren Jahren Agenturen und werbetreibende Unternehmen bei strategischen und operativen Fragen der Neukundengewinnung. Zuvor arbeitete er als Kundenberater in namhaften Werbeagenturen für nationale und internationale Kunden.





Web Analytics – Damit aus Traffic Umsatz wird



Frank Reese
Web Analytics – Damit aus Traffic Umsatz wird
Die besten Tools und Strategien
2. Auflage, Januar 2009
ISBN 978-3-938358-71-9
Preis: 34,90 € • 35,90 € [A] • 57,90 CHF
Art.-Nr. 693
www.BusinessVillage.de/bl/693

Das erste deutschsprachige Buch zum Thema

Web Analytics ist die Wunderwaffe für Website-Betreiber und Marketing-Verantwortliche. Mit modernen Analysetools wie Google Analytics gewinnen Sie aus abstrakten Zahlen wertvolle Informationen über die Online-Aktivitäten Ihrer Website-Besucher.

Der Autor Frank Reese zeigt, wie Sie moderne Analysetools einsetzen, welche Kennzahlen wirklich entscheidend sind und wie Sie die richtigen Schlüsse aus den gewonnenen Informationen ziehen.

Dieses Buch führt Sie anschaulich durch die Welt der Web Analytics. Von der Definition über die Durchführung bis hin zur Optimierung lernen Sie, worauf es ankommt und wie Sie den ROI Ihres Webshops erhöhen.

Eine Kurzübersicht gängiger Analysesysteme ermöglicht es Ihnen, einen schnellen Überblick über die am Markt erhältliche Software zu gewinnen und erfolgreich in die Webanalyse einzusteigen.

Der Autor

Frank Reese ist Berater im Bereich Traffic-Analysen und Website-Optimierung. Er zählt zu den Pionieren in diesem Bereich. Der Autor zahlreicher Fachbeiträge und Referent ist zudem Herausgeber des regelmäßig aktualisierten Einkaufsführers für Web-Analytics-Systeme, der sich als Standard etabliert hat.

Website-Testing



Frank Reese (Hrsg.)
Website-Testing
Conversion Optimierung für Landing Pages
und Online-Angebote
Juni 2009
ISBN 978-3-938358-58-0
Preis: 39,80€ • 41,00€ [A] • 65,40 CHF
Art.-Nr. 806
www.BusinessVillage.de/bl/806

Mehr Leads, mehr Sales, mehr Profit?

Dann hilft nur noch Website-Testing und -optimierung. Erfahren Sie, mit welchen Verfahren Sie Ihre Online-Angebote auf Herz und Nieren testen können, um auch das Letzte aus dem Traffic herauszuholen. Für Online-Profis ist dieses Buch eine unentbehrliche Machete, die den Dschungel der Optimierungsverfahren und -möglichkeiten lichtet.

Die Autoren zeigen, wie Klick- und Konversionsraten von Landing-Pages, Bestellprozessen und Anmeldeformularen gezielt optimiert werden und welche Testverfahren die besten sind. Erstmals werden alle gängigen Test-Ansätze in einem Buch gemeinsam vorgestellt und auf den Prüfstand gestellt. Praxisorientierte Einführungen und ausführliche Fallbeispiele erfolgreicher Unternehmen wie Neckermann, AutoScout24 bis hin zur Deutschen Post illustrieren, wie professionelle Website-Optimierung funktioniert.

Die Autoren

Herausgeber und Autor mehrerer Kapitel ist Frank Reese, Berater im Bereich Traffic-Analysen und Website-Optimierung. Er zählt zu den Pionieren in diesem Bereich. Der Autor zahlreicher Fachbeiträge und Referent ist Autor des ersten deutschsprachigen Buches zum Thema Webanalytics und Herausgeber des Einkaufsführers für Web-Analytics-Systeme, der sich als Standard etabliert hat.

Weitere Autoren des Werkes sind die anerkannten Usability- und E-Commerce-Experten Daniel R. Schmeißer, Dirk Schulze, Martin Beschnitt, Andreas Selter, Tim Bosenick, Sebastian Wetterauer, Carsten Rehmann, Birger Friedrichs, Michael Jonas, Tobias Kauer und Oliver Rengelshausen.



Der Igel-Faktor



Thomas Kilian
Der Igel-Faktor
Erfolgreiche Neukunden-Gewinnung im Internet
September 2009
ISBN 978-3-938358-86-3
Preis: 24,80 € • 25,60 € [A] • 37,90 CHF
Art.-Nr. 768
www.BusinessVillage.de/bl/768

Erfolgreiche Neukunden-Gewinnung im Internet ist kein Märchen. Denn wie bei der Geschichte vom Hasen und vom Igel gelingt es manchen Unternehmen, sich auch mit geringem Budget professionell online zu positionieren.

Thomas Kilian zeigt Ihnen in diesem Buch, wie Sie im „virtuellen Steckrübenfeld“ gefunden werden, ohne dabei – wie der Hase – aus der Puste zu kommen. Denn nur mit pfiffigen Ideen und dem richtigen Gespür können Sie im Netz Geld verdienen.

Ganz ohne graue Theorie vermittelt Ihnen dieses Buch, was Sie in der Praxis alles machen können, um auch online von Ihren Kunden gefunden zu werden. Locker und mitreißend geschrieben, hilft es Marketing-Fachleuten, Webmastern kleiner Unternehmen und klassischen Einzelkämpfern herauszufinden, wie die Akquise im WWW funktioniert.

Der Autor

Thomas Kilian leitet eine Werbeagentur in Ostwestfalen und hat sich auf die Neukunden-Gewinnung im Internet spezialisiert. Der studierte Germanist hat ein Faible für Neue Medien, professionelle Texte und freches Marketing.

Top-Platzierungen bei Google & Co.



Thomas Kaiser
Top-Platzierungen bei Google & Co.
Neukundengewinnung mit Suchmaschinen-
optimierung und Google Adwords
September 2009
ISBN 978-3-938358-49-8
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 810
www.BusinessVillage.de/bl/810

Nicht nur für große und mittelständische Unternehmen, sondern auch für kleine Firmen und Selbstständige sind die Suchmaschinen, insbesondere Google, ein wichtiges Instrument zur Neukundengewinnung. Aber nur wer die Mechanismen der Suchmaschinen kennt und die eigene Website auf die Anforderungen der Suchmaschinen hin optimiert, wird sich optimal in den Suchergebnissen platzieren. Schritt für Schritt werden Sie mit Anzeigen bei Google AdWords, der Kunst der Suchmaschinenoptimierung, der Erfolgsmessung und der Optimierung der Maßnahmen vertraut gemacht.

Der Suchmaschinenpezialist Thomas Kaiser führt Sie umfassend und anschaulich in die Funktionsweise der Suchmaschinen ein und zeigt Ihnen, welche Marketingmöglichkeiten in Suchmaschinen stecken und wie Sie diese gezielt für Ihr Online-Geschäft nutzen können.

Vollversion der Software „Suchmaschinenbrille“ inklusive!

Diese Software ermöglicht Ihnen den „Blick“ auf Webseiten aus der Sicht von Suchmaschinen. Die „Suchmaschinenbrille“ ist für das Verständnis für die Funktionsweise von Suchmaschinen und die Suchmaschinenoptimierung ein unerlässliches Werkzeug. Mit diesem Software-Tool können Sie Webseiten auf Suchmaschinen-tauglichkeit prüfen, Verstöße aufdecken und mithilfe zahlreicher Analysen und Tests die eigene Website optimieren.

Der Autor

Thomas Kaiser studierte Elektro- und Informationstechnik sowie Arbeits- und Wirtschaftswissenschaften an der TU München. Während des Studiums lernte er die Vorteile des Internets kennen und entwickelte bereits erste Homepages. Seine Unternehmensberatung v-commerce war im Bereich der Spracherkennung und Computer-Telefonie tätig. Während dieser Zeit entwickelte sich seine Faszination für das Internet und die Suchmaschinen weiter. Die Ideen für die Optimierung von Websites flossen in eine Software, die seit 1997 unter dem Namen RankIt! erhältlich ist.



Selbstvermarktung freihändig



Jens Kegel
Selbstvermarktung freihändig
Schreiben fürs Reden – auch gegen den Strom
Februar 2009
ISBN 978-3-938358-83-2
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 769
www.BusinessVillage.de/bl/769

Wer in der Arbeitswelt bestehen will, muss sich positionieren und zur unverwechselbaren Marke entwickeln. Das geht erstaunlich einfach mit gesprochener Sprache. Überzeugende Rhetorik wiederum basiert in erster Linie auf einem verständlichen Text. Mit diesem hält der Vortragende zugleich ein preiswertes und hochwirksames Mittel in der Hand, um sich von der Masse abzuheben und klar zu positionieren.

Das Buch zeigt, wie einmalige und wirksame Texte für Reden, Vorträge und Präsentationen entstehen. Neueste wissenschaftlich begründete Erkenntnisse zum Schreiben, Hören und Verstehen ersetzen Plattitüden und oberflächliche Regeln. Positive und negative Beispiele aus Politik und Wirtschaft illustrieren und veranschaulichen die verständlich aufbereitete Theorie.

Der Autor räumt zugleich mit verbreiteten Vor- und Fehlurteilen der Kommunikations-Branche auf. Er zeigt praktikable Wege, um mit individuellen Auftritten eine starke und unverwechselbare Marke zu bilden. Vor allem aber macht er Lust aufs Reden in der Öffentlichkeit und einen unverkrampften Umgang mit unserer Sprache.

Der Autor

Dr. Jens Kegel, Ghostwriter, Texter und Autor, arbeitet als Rede-Coach und Berater für „Verbale Unternehmenskommunikation“ in Berlin. In der von ihm gegründeten Akademie Text® gibt er seine Erfahrungen in Seminaren weiter, die genau auf die jeweiligen Zielgruppen ausgerichtet sind.

Die neue Schlagfertigkeit



Valentin Nowotny
Die neue Schlagfertigkeit
Schnell, überraschend und sympathisch
September 2009
ISBN 978-3-938358-97-9
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 698
www.BusinessVillage.de/bl/698

Was Sie von Obama, Merkel, Klitschko & Co. lernen können

Ist Ihnen wieder die Luft weggeblieben oder eine angemessene Antwort zu spät eingefallen? Ganz gleich ob gemeine Frage oder verbaler Angriff – mit einer vorbildlichen und nachahmenswerten Schlagfertigkeit meistern Sie auch solche Situationen souverän und selbstsicher.

Und diese Schlagfertigkeit lässt sich lernen. Der Psychologe und Medienwissenschaftler Valentin Nowotny analysiert die zentralen Prinzipien der modernen Schlagfertigkeit.

Anhand wissenschaftlich begründeter Erkenntnisse und umfangreicher Medienauswertungen zeigt er das Wesen moderner Schlagfertigkeit an Beispielen von Personen des öffentlichen Lebens.

Dieses Trainingsbuch vermittelt Ihnen, wie sich diese Prinzipien der Schlagfertigkeit in vielfältiger Weise praktisch im täglichen Leben anwenden lassen. Mit unterhaltsamen und amüsanten Beispielen aus Politik, Wirtschaft, Unterhaltung und Sport illustriert der Autor die neue Schlagfertigkeit. Vor allem aber stärkt er die Fähigkeit, schlagfertig zu reagieren und den persönlichen Stil in Sachen Schlagfertigkeit zu kultivieren und zu verbessern.

Der Autor

Valentin Nowotny ist Diplom-Psychologe, Diplom-Medienberater und MBA. Er gilt als einer der profiliertesten Experten für die neue Schlagfertigkeit in Deutschland.



Spurwechsel – Jetzt mach ich es!



Oliver Groß
Spurwechsel – Jetzt mach ich es!
Mit der Notizbuchstrategie finden Sie die Lösung
Oktober 2009
ISBN 978-3-938358-89-4
Preis: 17,80€ • 18,50€ [A] • 32,76 CHF
Art.-Nr. 787
www.BusinessVillage.de/bl/787

Wer kennt das nicht: „Man hat sich vorgenommen, etwas in seinem Leben zu ändern. Stress in der Familie, Probleme im Job – es muss sich einfach etwas ändern!“ Doch meistens bleibt es bei dieser Absicht: Veränderungen folgen kaum. Oliver Groß behauptet: „Unsere Bedürfnisse und Wünsche sind einfach viel zu unkonkret, entstammen unerreichbaren Klischees oder sind unsinnige Anforderungen. Erst wenn wir unsere wirklichen Wünsche und Bedürfnisse klar formulieren und uns unserer Möglichkeiten bewusst werden, finden wir Lösungen, die uns zum Ziel führen.“

Dieser Karriere-Ratgeber zeigt Ihnen, wie Sie genau damit umgehen, wie Sie Wesentliches vom Unwesentlichen unterscheiden und Ihren ganz persönlichen Weg gehen. Die einzigartige NOTIZBUCH-STRATEGIE begleitet Sie bei der Veränderung. Sie hilft Ihnen, wahre Gründe zu formulieren, alternative Lösungswege zu entdecken, Handlungsoptionen realistisch zu beurteilen und erreichbare Ziele festzulegen. Wagen Sie den Spurwechsel, fallen Sie nicht immer wieder in alte Handlungsmuster zurück, stehen Sie nicht immer wieder vor den gleichen Problemen, sondern finden Sie neue, funktionierende Handlungsalternativen.

Machen Sie es jetzt! Mit der NOTIZBUCH-STRATEGIE finden Sie IHREN GANZ PERSÖNLICHEN Weg.

Der Autor

„Dann fahre ich die nächsten 40 Jahre auf demselben Gleis!“ Eine Erkenntnis, die Oliver Groß den Karriere-Kick brachte. Mit nur 22 Jahren wurde er Mitglied der Geschäftsleitung, übernahm Verantwortung für 350 Mitarbeiter und studierte nebenbei Kommunikationspsychologie und Philosophie. In dieser Zeit begann er auch, mit Notizbüchern zu experimentieren und stellte fest, dass diese unscheinbaren Helfer Großes bewirken: Sie helfen Lösungen und Auswege zu finden und eröffnen sogar ganz neue Perspektiven – die Geburtsstunde der NOTIZBUCH-STRATEGIE.

BE FIT! Das Gesundheitscoaching



Michael Despegel, Uwe Nickel
BE FIT! Das Gesundheitscoaching
Vital und Fit mit dem 2 + 2 und 4-Programm – nicht nur fürs Business
März 2009
ISBN 978-3-938358-91-7
Preis: 9,90€ • 10,20€ [A] • 16,50 CHF
Art.-Nr. 732
www.BusinessVillage.de/bl/732

Stress, Fastfood und mangelnde Bewegung – die Dickmacher schlechthin, die im Laufe der Zeit gut sichtbare Spuren hinterlassen.

Doch der Bauch muss weg! Meist bleibt es bei dieser Erkenntnis. Die guten Vorsätze, etwas mehr Sport zu treiben und sich gesünder zu ernähren, weichen schnell dem gewohnten Alltag.

Dabei ist ein gesunder Lebensstil einfach erlernbar und funktioniert immer und überall. Mit der einzigartigen, wissenschaftlich belegten „2 + 2 und 4“-Formel zeigen die Autoren, wie sich gesunde Ernährung und Fitness auch in einen noch so hektischen Arbeitsalltag integrieren lassen – ganz ohne Diät und Fitnesswahn.

Mit diesem Gesundheitscoaching werden Sie Ihren Lebensstil mit verblüffender Wirkung optimieren und sich schlanker, fitter, jünger und rundum wohler fühlen.

Die Autoren

Dr. Uwe Nickel studierte Sport, Psychologie und Philosophie in Heidelberg und Erlangen. Nach seiner Doktorandentätigkeit bei der BASF AG war er fünf Jahre lang Gesundheitsreferent im BKK Landesverband Hessen. Von 1998 bis 2004 war er Geschäftsführer der BKK Team Gesundheit GmbH, seit 2006 ist er koordinierender Gesundheitsmanager im Bereich HSE bei der E.ON Energie AG in München.

Dr. Dr. Michael Despegel ist Sportwissenschaftler und habilitiert zurzeit an der Universität Gießen. Der Fitness- und Lifestyle-Coach ist Vorstandsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Männermedizin. Der Bestseller-Autor vermittelt lebensnahe Konzepte, die motivieren und erfolgreich umsetzbar sind. Als Redner begeistert er durch Vorträge, die Herz und Verstand ansprechen.



Die Kunst der Markenführung



Carsten Busch, Sonja Kastner, Christina Vaih-Baur

Die Kunst der Markenführung
Aufbau, Pflege und Bewertung von Marken

Februar 2009

ISBN 978-3-934424-81-4

Preis: 17,90 € • 18,50 € [A] • 29,90 CHF

Art.-Nr. 603

www.BusinessVillage.de/bl/603

Marken sind kleine Wunderwaffen – sie kennzeichnen Produkte und Dienstleister, machen einzigartig und unterscheidbar. Gut geführt sind sie ein Garant für den Erfolg des Produktes und sie sind nicht nur den großen Unternehmen der Konsumgüterindustrie vorbehalten. Auch in Nischen und speziellen Märkten können Unternehmen/Produkte den Markenstatus erlangen.

Die Autoren zeigen in diesem Buch, wie das „Prinzip Marke“ funktioniert und wie es gewinnbringend eingesetzt werden kann. Praxisorientiert werden dem Leser die wesentlichen Aspekte des Markenmanagements vermittelt.

Die Autoren

Prof. Dr. Carsten Busch ist Direktor des Instituts für Markenkommunikation (IMK) und leitet als Professor für Medienwirtschaft das Kompetenzfeld Games & Interactive Media an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft (FHTW) in Berlin. Unter seiner Federführung erscheint die EditionMarke im Verlag BusinessVillage, deren erster Band „Geburt von Marken“ 2007 erschienen ist. Aktueller Schwerpunkt seiner Arbeit ist das Wechselverhältnis von Marken, digitaler Interaktion und Computerspielen.

Dr. Sonja Kastner ist Kommunikationsberaterin für Unternehmen und Institutionen. Schwerpunkt ihrer Tätigkeit sind PR-Konzeptionen und Textgestaltung. Für einen großen Internetdienstleister war sie im Bereich Content Development für Mittelständler und globale Marken zuständig. Sonja Kastner ist Lehrbeauftragte an verschiedenen Hochschulen in Deutschland. Sie studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin.

Prof. Dr. Christina Vaih-Baur berät Organisationen in den Bereichen Markenkommunikation und Public Relations, war in der Unternehmenskommunikation eines internationalen Konzerns tätig und forscht gemeinsam mit Sonja Kastner im Bereich multisensueller Produkt- und Markenkommunikation. Sie ist Lehrbeauftragte an verschiedenen deutschen Hochschulen und Professorin für Public Relations und Unternehmenskommunikation an der Macromedia Fachhochschule der Medien in Stuttgart.

Außergewöhnliche Kundenbetreuung



Maria A. Musold
Außergewöhnliche Kundenbetreuung
Einfach mehr Umsatz – Praxisprobleme
Methoden für beratende Berufe
Mai 2009
ISBN 978-3-938358-88-7
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 782
www.BusinessVillage.de/bl/782

Fachliche Meisterleistungen allein machen heute noch lange keinen zufriedenen Kunden. Das Geheimnis liegt in der gelungenen Kundenkommunikation. Es ist das Zwischenmenschliche – der Umgang mit dem Kunden –, das über positive oder negative Wahrnehmung entscheidet – die sogenannte „gefühlte Qualität“. Der Kunde möchte sich mit seinen Belangen ernst genommen fühlen und weder am Telefon noch im persönlichen Gespräch den Eindruck haben, dass er stört oder vertröstet wird. Allzu leicht scheitern Geschäftsbeziehungen an simplen Kommunikationsproblemen oder falschen Erwartungshaltungen.

Wagen Sie einen Blick durch die Kundenbrille und beherzigen Sie die klaren, einfachen Grundsätze und kleinen Kniffe zu Themen wie dem lösungsorientierten Umgang mit schwierigen Kunden, dem persönlichen Kundenkontakt oder der Zusammenarbeit im Team.

Die durch ihre Publikationen in Fachmagazinen bekannte Autorin Maria A. Musold erläutert in ihrem neuen Buch, welche Einstellung den erfolgreichen Umgang mit Kunden erleichtert, wie Sie lösungsorientiert mit Kunden kommunizieren und Wirkung nach außen erzielen. Anschaulich und praxisnah vermittelt die ausgewiesene Expertin für Kundenzufriedenheit und Kundenorientierung, wie es Ihnen und Ihrem Team gelingt, dass Kunden sich bei Ihnen so richtig gut aufgehoben fühlen. Dazu tragen auch konkrete Tipps aus der Praxis bei, damit die täglichen Arbeitsabläufe effizient funktionieren, sodass mehr Zeit für die optimale Kundenbetreuung bleibt. Nur so nehmen Kunden Ihre Leistungen positiv wahr und empfehlen Sie weiter!

Die Autorin

Maria A. Musold ist Inhaberin von Straßenberger Konsens-Training, dem führenden Weiterbildungsinstitut für freie Berufe. Die erfolgreiche Trainerin (seit 1991) und ihr 16-köpfiges Team unterstützen ihre Kunden durch praxisbewährte Seminare, angefangen bei Führungstrainings über Kommunikationstrainings bis hin zum Beschwerdemanagement. Ziel ist stets: mehr Kundenzufriedenheit, mehr Umsatz. Ebenso werden bundesweit Lehrgänge zum ‚Qualifizierten Kanzleimanager‘ durchgeführt.



Einkaufen wie die Profis



Jörg Pfützenreuter
Einkaufen wie die Profis
Der Wegweiser durch das moderne
Beschaffungsmanagement
Oktober 2009
ISBN 978-3-86980-006-6
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 716
www.BusinessVillage.de/bl/716

Langfristige Lieferverträge, Volumenbündelung und permanente Angebotsanfragen: Noch vor einigen Jahren konnten Einkäufer durch so einfache Mittel die Einkaufskosten senken. Bedingt durch die Auswirkungen der Globalisierung haben sich weltweit die Rahmenbedingungen verändert und die Unternehmen und speziell die Einkäufer müssen immer neue Wege finden, um Einsparungen zu erzielen. In einigen Märkten haben Fusionen und Übernahmen in den letzten Jahren die Marktmacht der Lieferanten erhöht und bringen viele Unternehmen in Bedrängnis. Auf der anderen Seite bergen diese veränderten Rahmenbedingungen große Chancen für die Einkäufer, die diese zu nutzen wissen.

Sowohl in mittelständischen Unternehmen als auch in vielen Konzernen wird der Einkauf aber nach wie vor stiefmütterlich behandelt. In Zeiten steigenden Kosten- und Wettbewerbsdrucks gilt die Aussage „Der Gewinn liegt im Einkauf“ mehr denn je und ein effektiv arbeitendes Beschaffungsmanagement trägt entscheidend zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Der Autor Jörg Pfützenreuter zeigt, wie der Einkauf den Beschaffungsprozess optimieren, die Liefer- und Leistungsfähigkeit der Lieferanten steigern und Einsparpotenziale realisieren kann. Von der Lieferantenrecherche und -auswahl über Preisverhandlungen und Lieferantenmanagement bis hin zum E-Procurement bietet dieses Buch praxisnahe Anregungen und Tipps für einen zeitgemäßen Einkauf.

Der Autor

Jörg Pfützenreuter ist ausgebildeter Dipl.-Ingenieur und Dipl.-Kaufmann. Bevor er sich als Trainer und Coach für Führungskräfte, Ein- und Verkäufer selbstständig gemacht hat, arbeitete er viele Jahre im Management internationaler Konzerne und mittelständischer Firmen. Heute ist er einer der Top-Trainer für Einkauf, Verhandlungsführung, Rhetorik und persönliche Kompetenz.

Bankkredit adieu!



Sonja Riehm, Ashok Riehm
Bankkredit adieu!
Die besten Finanzierungsalternativen
Neue Wege der Kapitalbeschaffung
Februar 2009
ISBN 978-3-938358-52-8
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 700
www.BusinessVillage.de/bl/700

„Kapital“ ist der Treibstoff jedes Unternehmens, unabhängig von Größe und Situation, sei es Gründung, Wachstum oder Krise. Basel II und Bankenkrise sind nur zwei Stichwörter, die die klassische Finanzierung über die vertraute Hausbank immer schwieriger werden lassen. Für den Unternehmer von heute ist es unerlässlich, über alternative Kapitalquellen und Finanzierungswege nachzudenken. Doch wie funktioniert bankenunabhängige Kapitalbeschaffung? Und welche Finanzierungsalternativen kommen infrage?

Die Autoren führen den Leser praxisorientiert in das neue Denken für die Kapitalbeschaffung ein. Ausführlich werden innovative Finanzierungsquellen wie Venture Capital, Business Angels, Mezzanine, Forfaitierung und Asset Backed Securities (ABS) beleuchtet. Aber auch Mitarbeiterbeteiligungen, Leihgemeinschaften und Fördermittel finden ihren Raum. Dabei werden alle relevanten Fragen beantwortet und die Vor- und Nachteile der Finanzierungsformen dargestellt.

Mit seinen wertvollen und reichhaltigen Informationen richtet sich dieses Buch an alle Finanzierungsentscheider, wie Unternehmer, Manager oder Gründer, die eine moderne und ausgewogene Finanzierungsstruktur gestalten wollen. Auch Studenten der Wirtschaftswissenschaften finden in diesem Werk einen leicht verständlichen und praxisorientierten Zugang zu diesem Themenkomplex.

Die Autoren

Sonja Riehm hat nach einem Studium der Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Bielefeld und Köln mehrere Jahre in Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften als Steuerberaterin gearbeitet. Sie ist Gründerin der RIEHM Steuerberatungskanzlei in Berlin und Autorin zahlreicher Fachartikel insbesondere zur Beratung von Heilberuflern.

Ashok Riehm ist nach verschiedenen Leitungsfunktionen im mittleren Management in der Beratung angekommen. Er ist Wirtschaftsmediator & Consultant in der RIEHM Steuerberatungskanzlei, zuständig für den Bereich der Unternehmensberatung und Konfliktlösung.



Ihr starker Auftritt



Eva Ruppert
Ihr starker Auftritt
Knigge heute – individuell und überzeugend
Februar 2009
ISBN 978-3-938358-90-0
Preis: 17,90€ • 18,50€ [A] • 29,90 CHF
Art.-Nr. 788
www.BusinessVillage.de/bl/788

So schaffen Sie die Basis für Ihren persönlichen und geschäftlichen Erfolg

Der souveräne Auftritt ist neben der fachlichen Kompetenz der entscheidende Karrierefaktor. Nur wer moderne Verhaltensstandards kennt und diese gepaart mit gesundem Menschenverstand anwendet, ebnet den Weg für ein rücksichtsvolles und sympathisches Miteinander.

Das neue Buch von Eva Ruppert verarbeitet Erfahrungen aus ihrer mehr als 15-jährigen Tätigkeit als Image- und Kommunikationstrainerin. Kritisch hinterfragt die Autorin die von dem anonymen „Council of Etiquette“ vorgegebenen Regeln, macht sie transparent und prüft sie auf ihre Aktualität. Mit wertvollen, direkt in die Praxis umsetzbaren Tipps zeigt sie dem Leser, wie er sich gekonnt in Szene setzt. Die hohe Kunst besteht darin, die Regeln zu beherrschen, ohne sich dabei beherrschen zu lassen. Oftmals ist es nötig, situativ zu entscheiden und die eine oder andere Regel individuell auszuliegen – denn der souveräne Umgang mit der Etikette ist der Türöffner für eine erfolgreiche Karriere.

Setzen Sie sich perfekt in Szene – Dieses Buch ist unverzichtbar für Führungskräfte, Accountmanager, Kundenberater und all jene, die ihren persönlichen Auftritt perfektionieren wollen.

Die Autorin

Eva Ruppert ist Trainerin und Coach aus Leidenschaft. Das kann jeder erkennen, der sie einmal als Referentin, Trainerin oder Coach erlebt hat. Die Identifikation mit ihrem Thema weckt eine Begeisterung, die ansteckend ist. Sie versteht es, auch die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse auf lebendige und praxisnahe Weise zu erläutern.

Richtig führen ist einfach



Matthias K. Hettl
Richtig führen ist einfach
Der Führungskompass zur wirksamen
Mitarbeiterführung
September 2009
103 Min. Spieldauer auf 2 CDs
ISBN 978-3-938358-85-6
Preis: 19,80€ • 20,00€ [A] UVP
Art.-Nr. 779
www.BusinessVillage.de/bl/779

Der bekannte Top-Trainer und Management-Berater Dr. Matthias K. Hettl hat in diesem Hörbuch die Essenz von Hunderten Trainings und Beratungsprojekten zusammengefasst.

Von Mitarbeitermotivation über die Wahl der richtigen Führungswerkzeuge bis hin zum passenden Führungsstil erfahren Sie alles, was Sie als erfolgreiche Führungskraft brauchen. Praxisorientiert und didaktisch aufbereitet vermittelt Ihnen dieses Audiotraining nützliche Tools und Techniken, um den Führungsalltag zu meistern und die eigenen Führungstechniken systematisch zu verbessern.

„Mit diesem Führungskompass führen Sie Ihre Mitarbeiter wirksam und sicher zum Ziel!“ (Werner Overkamp, Vorstand der STOAG/Stadtwerke Oberhausen)

Das Buch zur CD:

Matthias K. Hettl
Richtig führen ist einfach
Der Führungskompass zur wirksamen
Mitarbeiterführung
Februar 2008
ISBN 978-3-934424-96-8
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 555
www.BusinessVillage.de/bl/555



Der Autor

Matthias K. Hettl ist als Coach, Trainer und Managementberater vorwiegend für Vorstände, Geschäftsführungen und Führungskräfte tätig. Er vertrat mehrere Jahre lang eine Professur für Management und verbindet wissenschaftliches Know-how mit umfangreicher Praxiserfahrung. Seine Schwerpunkte umfassen die Themen Leadership Skills und Managementkompetenzen. Als ‚Excellent Speaker‘ gehört er zu den bedeutendsten Referenten im deutschen Sprachraum und ist für die TOP Seminar- und Kongressveranstaltungen in Europa tätig.



WOW-Marketing



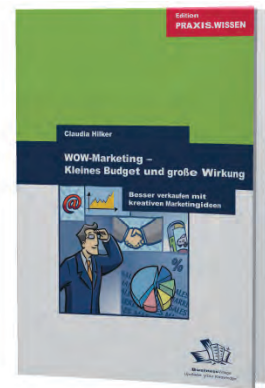
Claudia Hilker
WOW-Marketing
Besser verkaufen mit kreativen Marketingideen
September 2009
70 Min. Spieldauer
ISBN 978-3-938358-66-5
Preis: 19,80€ • 20,00€ [A] UVP
Art.-Nr. 807
www.BusinessVillage.de/bl/807

Heute reicht es nicht mehr, Ihren Kunden ein „AHA“ zu entlocken. Es muss schon ein echtes „WOW!“ sein: Überraschung, Erstaunen, Verblüffen. Eine Begeisterung, die nachhaltige Emotionen weckt – eine Begeisterung, die Ihre Kunden zu Empfehlern macht.

Überraschen Sie Ihre Kunden – ganz ohne millionenschweres Budget – mit kreativen, erfrischend anderen Marketing-Ideen. WOW-Marketing ist ein Marketing, das Kunden begeistert und sich auch noch rechnet. Nicht das Geld spielt beim WOW-Marketing die größte Rolle, sondern ausgefallene Ideen, kreative Strategien, spritzige Konzepte und pfiffige Umsetzungen! WOW-Marketing basiert auf der Engpassorientierten Verhaltens- und Führungsstrategie, auf Neuro- und Guerilla Marketing. Claudia Hilker nimmt Sie in diesem Hörbuch mit in die Welt des WOW-Marketings und zeigt Ihnen, wie Sie kreative Marketing-Ideen entwickeln und erfolgreich umsetzen. Trimmen Sie jetzt Ihr Marketing auf Erfolg.

Das Buch zur CD:

Claudia Hilker
WOW-Marketing – Kleines Budget und große Wirkung
Besser verkaufen mit kreativen Marketingideen
2. Auflage, April 2009
ISBN 978-3-938358-57-3
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 712
www.BusinessVillage.de/bl/712



Die Autorin

Claudia Hilker ist Geschäftsführerin der Unternehmensberatung Hilker Consulting mit den Schwerpunkten integrierte Kommunikation, Marketing und PR. Zudem ist sie Dozentin sowie mehrfache Buchautorin und schreibt als freie Journalistin für das *Handelsblatt*.

Projektmanagement in Kultur und Event



Wolf Rübner, Ulrich Wünsch
Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event
Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge
September 2009
ISBN 978-3-938358-87-0
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 714
www.BusinessVillage.de/bl/714

Die Projektarbeit in der Kulturarbeit, in Unternehmen, Agenturen und bei Dienstleistern ist dadurch gekennzeichnet, dass am Anfang zu wenig geplant wird, was am Ende durch hektische Aktivitäten ausgeglichen werden muss. Mega-Events in Kultur, Sport und Wirtschaft werden vom Auftraggeber als Investition betrachtet und nicht mehr als Jubelfeier für das allerneueste Produkt. Politiker, Marketiers, Einkäufer und Controller legen strenge Maßstäbe an das, was mit dem Budget passiert. Diesem Erfolgsdruck, der speziell auf Agenturen und ihrem Personal lastet, kann man mit der Professionalisierung der eigenen Strukturen und Arbeitsprozesse begegnen. Tempo ist ein Schlüsselwort in der heutigen Arbeitswelt – die konsequente Anwendung von Methoden, Techniken und Instrumenten des Projektmanagements führt zu einer wesentlichen Beschleunigung der Arbeitsprozesse. Gesteigert wird die Qualität, minimiert das Risiko eines Events.

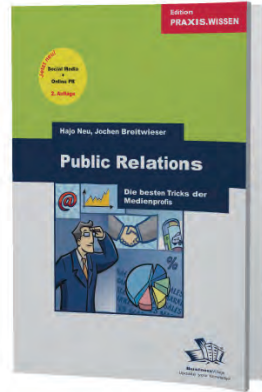
Die Autoren

Wolf Rübner ist seit über 25 Jahren in der Live-Kommunikation tätig. Auf ein BWL-Studium mit Schwerpunkt Marketing und zwei Jahre bei einer Unternehmensberatung folgten eine Station auf Kundenseite sowie als Geschäftsführer eines technischen Dienstleisters. Am dynamischen Wachstum und Aufbau der Event-Agentur kogag war er zehn Jahre als Mitglied der Geschäftsleitung beteiligt. Er ist Inhaber von EventCampus, der ersten auf die Event-Branche spezialisierten Unternehmensberatung.

Ulrich Wünsch leitet den Studiengang Event-Management an der Internationalen Fachhochschule Bad Honnef/Bonn. Auf das Studium der Germanistik und Psychologie, später der Kommunikationswissenschaft und Marketing folgte die Tätigkeit als Dramaturg, Regisseur und Festivalleiter an verschiedenen deutschen Bühnen. Er wechselte zum Journalismus und war für Print, Radio und TV sowie als Filmproducer tätig. Als Mitglied der Geschäftsleitung einer europaweit agierenden Event-Agentur war er an der Entwicklung zahlreicher Veranstaltungen beteiligt.



Public Relations



Hajo Neu, Jochen Breitwieser
Public Relations
Die besten Tricks der Medienprofis
2. Auflage, Mai 2009
ISBN 978-3-938358-93-1
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 794
www.BusinessVillage.de/bl/794

Jetzt neu! Mit Social-Media und Online-PR

Die Bedeutung von Public Relations ist gerade in Zeiten knapper Budgets enorm. Doch was, wenn trotz stattlicher Etats immer nur die Konkurrenz mit ihren Meldungen und Produkten im Fernsehen, in Zeitungen und im Internet auftaucht? Wenn es scheinbar so gar keine Ideen gibt, um den eigenen Output an News wirkungsvoll zu erhöhen? Reicht es für den PR-Erfolg aus, lehrbuchgemäß verfasste Pressemitteilungen zu verschicken und darauf zu hoffen, dass die Medien auf ein „wichtiges“ Thema schon von alleine aufmerksam werden?

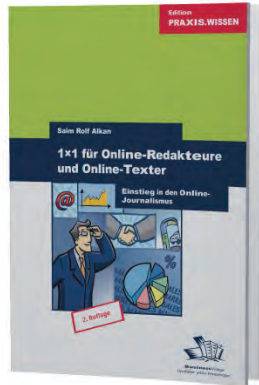
Naive Vorstellungen – mit denen das Autoren-Erfolgsduo Neu und Breitwieser in diesem Praxisleitfaden aufräumt. Pragmatisch und praxisorientiert erläutern die PR-Profis das Prinzip zeitgemäßer Kommunikations-Konzepte im Zeitalter von Online-PR und Social Media. Denn weder die gute alte Pressearbeit nach „Schema F“ noch theorielastige PR-Strategien lösen die wahren kommunikativen Herausforderungen im Unternehmen. Dieser Praxisleitfaden beschreibt, welche PR-Maßnahmen unter welchen Voraussetzungen wirken – und welche komplett überflüssig sind.

Die Autoren

Hajo Neu ist Geschäftsführer von neu:kom, einer auf Technologie- und Entertainment-Themen spezialisierten Beratungsagentur in Heidelberg. Er hatte mehrere Jahre eine Führungsposition beim PR-Network Euro RSCG ABC inne und arbeitete unter anderem in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Parlaments.

Jochen Breitwieser ist Pressesprecher und Manager Public Relations von Callidus Software Inc. in San José, Kalifornien/USA. Zuvor gründete er als Geschäftsführer das deutsche Büro der internationalen High-Tech PR-Agentur „The Hoffman Agency“ in München und arbeitete anschließend als Account Manager beim Hauptsitz der Agentur in San José.

1×1 für Online-Redakteure und Online-Texter



Saim Rolf Alkan
1×1 für Online-Redakteure und Online-Texter
Einstieg in den Online-Journalismus
2. Auflage, April 2009
ISBN 978-3-938358-92-4
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 767
www.BusinessVillage.de/bl/767

Journalisten, Redaktionen, Homepage-Besitzer – das Schreiben für das Medium Internet stellt Redakteure vor neue Herausforderungen – es geht nicht mehr um die Onlineausgabe gängiger Printmedien, sondern umfasst die ganze Bandbreite elektronischen Publizierens. Allen gemeinsam ist der Umgang mit Information, die sie erschließen, gestalten und marktgerecht positionieren müssen. Um dabei die Lesererwartungen zu erfüllen und Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, müssen Online-Journalisten genauso über journalistische Basisqualifikationen verfügen wie mit den Besonderheiten des Mediums „Internet“ vertraut sein.

Die Verknüpfung beider Bereiche ist der Leitgedanke dieses Buches. Wichtige journalistische Grundregeln werden vorgestellt und unter dem Gesichtspunkt der webspezifischen Umsetzung erläutert. Konzeption und Gestaltung neuer Kommunikationsformen im Internet wird auf handwerklich solide Grundlagen gestellt. Ebenso wird beim Blick in das Redaktionsbüro berücksichtigt, dass redaktionelle Abläufe online viel stärker in Unternehmensstrukturen eingebunden sind als bei den Print-Kollegen.

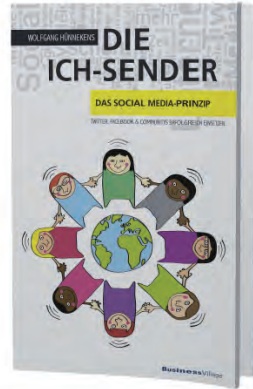
Das Buch eröffnet den Einblick in die Arbeitsweise der Profis und ergänzt fundierte Hintergrundinformationen mit Geschichten aus dem Alltag eines Kommunikationsberaters, zahlreichen Praxisbeispielen. Checklisten, Grafiken und Tabellen erleichtern einen schnellen Überblick, Buchtipps und Links bieten Anregungen zum Vertiefen und Weiterlesen.

Der Autor

Saim Rolf Alkan ist Geschäftsführer der aexea GmbH – communication. content. consulting. Dort entwickelt er vorrangig Kommunikationskonzepte für Unternehmen und berät Online-Redaktionen. Der Onlineexperte ist weiterhin als Dozent und Referent für Online-Texten, Web-2.0-Strategien und Suchmaschinenoptimierung tätig. Seine Erfahrungen fasste er regelmäßig in Fachbüchern zusammen.



Die Ich-Sender



Wolfgang Hünnekens
Die Ich-Sender
Das Social Media-Prinzip –
TWITTER, FACEBOOK & COMMUNITYS
ERFOLGREICH EINSETZEN
Oktober 2009
ISBN 978-3-86980-005-9
Preis: 17,90 € • 18,50 € [A] • 29,90 CHF
Art.-Nr. 808
www.BusinessVillage.de/bl/808

Die Ich-Sender – sie twittern, bloggen und präsentieren einem Millionenpublikum Details aus ihrem Leben. Social Media sind für die Generation Upload so selbstverständlich wie die Luft zum Atmen – doch wie steht es um die Unternehmen? Die kommerzielle Nutzung von Facebook, Twitter, XING und Co. für gezieltes Marketing, Zielgruppenkommunikation oder PR ist für viele Unternehmen noch immer nicht Realität.

Der Kommunikationsprofi Wolfgang Hünnekens zeigt in seinem neuen Buch, welche Möglichkeiten das Web 2.0 mit seinen Kommunikationsformen bietet. Den Kinderschuhen entwachsen entwickelt sich die Social Media zu einer ernsthaften, seriösen Kommunikationsform. Anhand vieler Beispiele zeigt dieses Buch, welche Potenziale diese neuen Medien bieten. Ob Social Media-Kenner oder -Novizen, die beabsichtigen ins Thema einzusteigen – sie alle finden in diesem Buch viele neue Aspekte für den gezielten Einsatz von Social Media.

Der Autor

Wolfgang Hünnekens ist Gründer des Institutes of Electronic Business (IEB), Managing Partner von Publicis Berlin sowie Gastprofessor für Digitale Kommunikation an der UdK Berlin. Der gebürtige Düsseldorfer ist verheiratet und Vater von zwei Töchtern.

Der Twitter Faktor



Stefan Berns, Dirk Henningsen
Der Twitter Faktor
Kommunikation auf den Punkt gebracht
September 2009
ISBN 978-3-86980-000-4
Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF
Art.-Nr. 811
www.BusinessVillage.de/bl/811

Twitter – Kommunikation in Echtzeit!

Kaum ein anderes Medium im Web 2.0 liefert aktuell so schnell passgenaue Informationen und vernetzt Menschen wie Twitter. Ganz gleich ob Sie Trends aufspüren wollen, interessante Geschäftspartner und Experten suchen oder Twitter für Ihre Selbstvermarktung nutzen – als Zwei-Wege-Kommunikations-Tool stehen Ihnen dank vieler Zusatzanwendungen bisher ungeahnte Möglichkeiten offen.

Die deutschen Twitter-Coaches Stefan Berns und Dirk Henningsen illustrieren in diesem Buch, wie Trainer, Berater, Einzelkämpfer und sogar Unternehmen dieses mächtige Kommunikationstool einsetzen können. Angefangen von der Generierung neuer Followers bis hin zum effizienten Einsatz diverser Twitter-Tools zeigen die Autoren, welche neuen Möglichkeiten Twitter für Online-PR, Online-Marketing und Kundenbindung eröffnet.

Ein spannendes Buch, das zeigt, wie Twitter die Kommunikation verändert und welche Chancen und Möglichkeiten der Twitter Faktor zukünftig bietet.

Die Autoren

Stefan Berns und **Dirk Henningsen** haben sich als Twitter-Coaches und Gründer der TwittCoach & Consulting, auf die Nutzenanwendung von Twitter im Unternehmensalltag spezialisiert. Stefan Berns verfügt über eine 18-jährige Vertriebserfahrung mit Produkten in unterschiedlichsten Branchen. Dirk Henningsen zeichnet sich durch seine intensive Erfahrung im Online-Marketing aus.



Zukunftstrend Empfehlungsmarketing



Anne M. Schüller
Zukunftstrend Empfehlungsmarketing
Der beste Umsatzbeschleuniger aller Zeiten
3. Auflage, März 2009
ISBN 978-3-938358-63-4
Preis: 21,80 € • 22,50 € [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 753
www.BusinessVillage.de/bl/753

Empfehlungsmarketing schlägt klassisches Marketing. Massenwerbung wird zunehmend zur Plage und Werbebotschaften verpuffen wirkungslos. Wer konsumieren oder investieren will, glaubt eher den Botschaften seiner Freunde und Kollegen als den Hochglanzbroschüren.

Aktive Empfehler sind die besten Verkäufer – hochwirksam und zum Nulltarif. Ganz gleich welcher Branche Sie angehören: Ihr Erfolg hängt maßgeblich davon ab, was der Markt und die Kunden über Sie sagen – online wie offline. Und am Anfang und am Ende eines jeden Verkaufsgespräches steht die Empfehlung – das Ziel aller Marketing- und Vertriebsanstrengungen – der effizienteste Weg zu neuen Kunden.

Doch wie macht man seine Angebote empfehlenswert? Während Viral- und Mundpropaganda-Marketing sich meist auf adhoc-Maßnahmen beschränken, setzt Empfehlungsmarketing auf nachhaltigen Erfolg. Dazu braucht es ein solides Fundament: Spitzenleister, die auch tatsächlich Spitzenleistungen erbringen. Auf einer Basis von Vertrauen und Begeisterung werden genau diese Leistungen dann vehement weiterempfohlen.

Anne M. Schüller zeigt in dieser dritten Auflage, wie facettenreich das moderne Empfehlungsmarketing heute ist, welche Gewinnpotenziale darin stecken und wie Sie Ihr Empfehlungsgeschäft Schritt für Schritt entwickeln. Kompakt und locker zu lesen bietet dieses Buch wertvolle Tipps, nützliche Checklisten, viele Beispiele und eine Fülle von Anregungen mit hohem praktischem Nutzen.

Die Autorin

Anne M. Schüller ist Diplom-Betriebswirtin und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing im deutschsprachigen Raum. Sie ist als Management Consultant, Keynote-Rednerin, Hochschuldozentin und Trainerin tätig. Sie hat sieben Business-Erfolgsbücher geschrieben und gehört zum Kreis der ‚Excellent Speakers‘.

Vertriebsmotivation und Vertriebssteuerung



Stéphane Etrillard
Vertriebsmotivation und Vertriebssteuerung
So bringen Sie Ihren Vertrieb auf Vordermann
2. Auflage, August 2009
ISBN 978-3-938358-25-2
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 809
www.BusinessVillage.de/bl/809

Das Fitnessprogramm für Führungskräfte im Vertrieb

Motivierte Vertriebsmitarbeiter sind der Motor jedes Unternehmens. Damit dieser Motor nicht ins Stottern gerät, sollen die Mitarbeiter mit Motivationswochenenden, Betriebsausflügen und dergleichen bei der Stange gehalten werden. Das Ziel sind dabei hoch motivierte Mitarbeiter. Doch die Motivationsstöße entpuppen sich regelmäßig als Strohfeuer – ein anhaltender Erfolg bleibt meist aus. Trotzdem sind derartige Motivationsmaßnahmen für viele Unternehmen nach wie vor das Mittel der Wahl.

Stéphane Etrillard beschreitet in diesem Buch völlig neue Wege, um Menschen dauerhaft und nachhaltig zu motivieren. Er zeigt, welche Wirkprinzipien der Leistungsmotivation tatsächlich zugrunde liegen und wie man die Motivlage von Mitarbeitern so beeinflusst, dass eine nachhaltig leistungssteigernde Wirkung erzielt wird. Praxisnah vermittelt er erprobte und funktionierende Strategien für eine dauerhafte Leistungsbereitschaft. Das Resultat ist eine Steigerung der Arbeitszufriedenheit und damit auch des Umsatzes.

Der Autor

Stéphane Etrillard, Jahrgang 1966, gefragter Verkaufs- und Kommunikations-experte sowie mehrfacher Buchautor, zählt zu den innovativen Verkaufstrainern und Coaches der neuen Generation. Er verfügt über eine große praktische Erfahrung im Verkauf und im Marketing. Er vermittelt Kompetenz aus der Praxis für die Praxis.

Sein umfassendes Know-how hat er in den letzten acht Jahren in diversen Workshops mit über 3.000 Führungskräften und Verkäufern aus den unterschiedlichsten Branchen unter Beweis gestellt. Seine Seminare und Intensiv-Workshops hat Stéphane Etrillard bereits in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Belgien, Luxemburg, Frankreich, Italien und Russland abgehalten. Zu seinen Coaching-Klienten zählen neben mittelständischen Unternehmen und Politikern auch Manager aus Top-Unternehmen. Durch zahlreiche Publikationen ist er als Fachautor einem breiteren Publikum bekannt geworden. Seine Bücher zählen zu den Business-Topsellern.



Allein erfolgreich – Die Einzelkämpfermarke



Giso Weyand
**Allein erfolgreich –
Die Einzelkämpfermarke**
Marketing für beratende Berufe
2. Auflage, Juni 2009
ISBN 978-3-938358-22-1
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 661
www.BusinessVillage.de/bl/661

Sie arbeiten in einem beratenden Beruf. Und Sie sind gut, sogar sehr gut! Aber gerade in der heutigen Zeit stehen nicht nur die fachlichen Fähigkeiten im Vordergrund. Vielmehr besteht die große Kunst darin, der Beliebigkeit zu enttrinnen und ein eigenes – einzigartiges – Profil aufzubauen.

Anhand von konkreten Praxisbeispielen veranschaulicht Giso Weyand den Weg zur „Marke“ und zeigt dem Leser in seinem spritzig-provokanten Schreibstil, wie man die Kunden in einen Sog zieht und sich erfolgreich am Markt etabliert.

Sie erfahren, wie Sie Ihren Marken-Auftritt wirkungsvoll gestalten, indem Sie

- sich konsequent positionieren und Marktnischen nutzen,
- Ihre Produkte und Dienstleistungen spannend darstellen,
- Marketinginstrumente erfolgreich und effizient einsetzen,
- sich bei Kunden und Medien einen Namen als Experte/Expertin machen.

Mit Gastbeiträgen von Nadine Hamburger

Der Autor

Giso Weyand gehört zu den wenigen „Marken-Machern“ Deutschlands. Seit fast zehn Jahren unterstützt er Berater, Unternehmer und Personen des öffentlichen Lebens dabei, sich einen Namen zu machen, Expertenstatus zu erreichen und diesen zu stabilisieren. Dabei steht die Frage im Zentrum, wie sich Persönlichkeiten, Dienstleistungen und Produkte spannend darstellen lassen. Ziel ist es, die eigene Anziehungskraft so zu erhöhen, dass Kunden sich ohne aktive Akquise für den Berater und dessen Angebot interessieren.

In seinen Publikationen und zahlreichen Fachvorträgen ist Giso Weyand die kompetente Vermittlung von Inhalten genauso wichtig wie die Unterhaltung seiner Leser und Zuhörer.

Allein erfolgreich – Akquise einfach so nebenbei



Hanspeter Reiter
**Allein erfolgreich – Akquise einfach
so nebenbei**
Verkaufen, Marketing und PR für Berater,
Freelancer und Trainer
Oktober 2009
ISBN 978-3-86980-003-5
Preis: 21,80€ • 22,50€ [A] • 35,90 CHF
Art.-Nr. 776
www.BusinessVillage.de/bl/776

Sie arbeiten als Trainer, Berater oder Freelancer. Und Sie sind gut, sogar sehr gut! Beraten, Konzipieren und Präsentieren beherrschen Sie aus dem Effeff. Aber neue Aufträge und Projekte kommen nicht von allein – Akquirieren, Telefonieren und Verkaufen sind ein rotes Tuch für Sie? Dann ist dieses Buch die Pflichtlektüre.

Hanspeter Reiter zeigt in seinem neuen Buch, wie Marketing und Vertrieb in den klassischen Einzelkämpfermärkten funktionieren. Von der gekonnten Selbstvermarktung über CRM Marke Eigenbau bis hin zu den ungeahnten Möglichkeiten des WEB 2.0 gibt Ihnen dieses Buch praxiserprobte Tipps für die Kundengewinnung. Ganz gleich, was Sie davon in die Tat umsetzen – entscheidend ist: Bleiben Sie mit Ihren Kunden im Gespräch – sprechen Sie (potenzielle) Interessenten an. Suchen Sie das Gespräch mit neuen Kunden: Das ist Ihr Schlüssel zum Erfolg!

Dank vieler praktischer Arbeitsvorlagen, Checklisten und Beispiele können Sie mit diesem Buch sofort loslegen.

Der Autor

Hanspeter Reiter ist ein Geheimtipp in punkto intelligente Vermarktung für Einzelkämpfer. Mit mehr als 30 Jahren Berufserfahrung als Trainer, Berater und Freelancer zählt er zu profiliertesten Experten im mehrstufigen Verkauf erklärungsbedürftiger Dienstleistungen.



TOP BRANDS – Marken, die die Märkte prägten



Hans-Georg Böcher
TOP BRANDS – Marken, die die Märkte prägten
Juni 2009
ISBN 978-3-938358-69-6
Preis: 49,00€ • 51,00€ [A] • 82,00 CHF
Art.-Nr. 785
www.BusinessVillage.de/bl/785

So detaillreich wie kein anderes Nachschlagewerk unserer Zeit entführt dieser opulent bebilderte Band im Sonderformat den Leser mitten hinein in die ebenso faszinierende wie variantenreiche Design- und Gestaltwelt der großen Marken. Große Marken sind die „Stars“ der Konsumwelt. Ihr „Stern“ hat über Jahrzehnte nichts von ihrer Strahlkraft verloren, im Gegenteil: Über die Generationengrenzen hinweg konnten diese „Stars“ ihre leuchtende „Fackel“ immer wieder weitergeben.



Der Autor

Hans-Georg Böcher, Jahrgang 1963, ist Direktor des Deutschen Verpackungsmuseums und Autor zahlreicher Fachbücher und Bildbände zum Thema Verpackung und Markendesign wie zum Beispiel „Die Welt auf Reisen“, „Kulturgut Verpackung“ oder „Design in Hülle und Fülle“. Weiterhin leitet oder moderiert der Experte für Verpackungsdesign Workshops für Kunden wie Axel-Springer-Verlag (Bild), Procter & Gamble, Schwan STABILO, Siemens oder die Wella AG und ist Jury-Mitglied mehrerer Design- und Kreativwettbewerbe.

Persönlicher Erfolg

Stephan Kasperczyk, Alexander Scheel

Projektmanagement kompakt – Systematisch zum Erfolg

Soft Skills und Techniken für Projektleiter

Art.-Nr. 559 • ISBN 978-3-934424-92-0

Albert Metzler

Free your mind – Das kreative Selbst

Selbstbestimmt fühlen und denken – mehr Freiheit schöpfen

Art.-Nr. 583 • ISBN 978-3-938358-56-6

Christiane Drühe-Wienholt

Endlich frustfrei! Chefs erfolgreich führen

Die besten Tricks für harte Fälle

Art.-Nr. 596 • ISBN 978-3-938358-42-9

Albert Metzler

Alternatives Denken

Vom fremden Chaos zu eigener Struktur

Art.-Nr. 631 • ISBN 978-3-938358-05-4

Irmtraud Schmitt

Geschäftsbriefe und E-Mails – Schnell und professionell

Moderne Korrespondenz leicht gemacht

Art.-Nr. 646 • ISBN 978-3-938358-32-0

Christine Lehner, Sabine Weihe

Limbic Mind – Die intelligente Schlagfertigkeit

Souverän und gelassen, auch wenn's heikel wird

Art.-Nr. 733 • ISBN 978-3-938358-64-1

Oliver Groß

Einfach gesagt – Wenn jeder plötzlich zuhört und versteht

Wie Sie mit Rhetorik Menschen für sich gewinnen und überzeugen

Art.-Nr. 754 • ISBN 978-3-938358-74-0

Stéphane Etrillard

Gesprächsrhetorik

Souverän agieren – überzeugend argumentieren

2. Auflage

Art.-Nr. 812 • ISBN 978-3-938358-11-5

Präsentieren und konzipieren

Michael Brückner

Schwierige Briefe perfekt schreiben

Praxiserprobte Textbausteine und Musterbriefe für unangenehme Bürokorrespondenz

Art.-Nr. 635 • ISBN 978-3-938358-09-2

Anita Hermann-Ruess

Speak Limbic – Wirkungsvoll präsentieren

Präsentationen effektiv vorbereiten, überzeugend inszenieren und erfolgreich durchführen

Art.-Nr. 625 • ISBN 978-3-938358-27-6

Sonja Ulrike Klug

Konzepte ausarbeiten – schnell und effektiv

Tools und Techniken für Pläne, Berichte und Projekte

2., aktualisierte und erweiterte Auflage

Art.-Nr. 772 • ISBN 978-3-938358-82-5

Richtig führen

Matthias K. Hettl

Richtig führen ist einfach

Der Führungskompass zur wirksamen Mitarbeiterführung
Art.-Nr. 555 • ISBN 978-3-934424-96-8

Annelies Helff, Miriam Gross

Mitarbeitergespräche richtig führen

Einfach verstehen und verstanden werden
Art.-Nr. 614 • ISBN 978-3-934424-86-9

Stéphane Etrillard, Doris Marx-Ruhland

Erfolgreich Führen durch gelungene Kommunikation

Die sieben Grundregeln für perfekte Gesprächsführung
Art.-Nr. 629 • ISBN 978-3-934424-97-5

Anne M. Schüller

Zukunftstrend Mitarbeiterloyalität

Endlich erfolgreich – durch loyale Mitarbeiter
Art.-Nr. 638 • ISBN 978-3-938358-38-2

Ruth Hellmich

Führen mit Coaching

Vom Potenzial zur Spitzenleistung
Art.-Nr. 643 • ISBN 978-3-938358-08-5

Christiane Drühe-Wienholt

Plötzlich Führungskraft

Tipps und Tools für effektives Management
2., überarbeitete und erweiterte Auflage
Art.-Nr. 774 • ISBN 978-3-938358-81-8

Vertrieb und Verkauf

Anita Hermann-Ruess

Sell Limbic – Einfach verkaufen

Entdecken Sie täglich neue Verkaufspotenziale – werden Sie zum Spitzenverkäufer
Art.-Nr. 606 • ISBN 978-3-938358-45-0

Stéphane Etrillard

Best-Selling: Verkaufen an die jungen Alten

Bedarfe, Verkaufspsychologie, Abschlusstechniken
Art.-Nr. 664 • ISBN 978-3-938358-46-7

Ralf Deckers, Gerd Heinemann

Mystery Shopping

Mit Testkäufern Verkauf und Service nachhaltig verbessern
Art.-Nr. 668 • ISBN 978-3-938358-28-3

Stéphane Etrillard

Sog-Selling – Einfach unwiderstehlich verkaufen

Das Sofort-Programm mit Langzeitwirkung
Art.-Nr. 726 • ISBN 978-3-938358-59-7

Anne M. Schüller

Zukunftstrend Empfehlungsmarketing

Der beste Umsatzbeschleuniger aller Zeiten
3. Auflage
Art.-Nr. 753 • ISBN 978-3-938358-63-4

Melanie von Graeve

Events und Veranstaltungen professionell managen

Tipps und Tools für die tägliche Praxis
2., aktualisierte und erweiterte Auflage
Art.-Nr. 759 • ISBN 978-3-938358-62-7

Anne M. Schüller

Erfolgreich verhandeln – Erfolgreich verkaufen

Wie Sie Menschen und Märkte gewinnen
2. Auflage
Art.-Nr. 802 • ISBN 978-3-938358-95-5

Stéphane Etrillard

Vertriebsmotivation und Vertriebssteuerung

So bringen Sie Ihren Vertrieb auf Vordermann
2., aktualisierte und erweiterte Auflage
Art.-Nr. 809 • ISBN 978-3-938358-25-2

PR und Kommunikation

Klaus Schmidbauer

Professionelles Briefing – Marketing und Kommunikation mit Substanz

Damit aus Aufgaben schlagkräftige Konzepte werden
Art.-Nr. 549 • ISBN 978-3-938358-26-9

Frank Wilmes

Krisen-PR – Alles eine Frage der Taktik

Die besten Tricks für eine wirksame Offensive
Art.-Nr. 557 • ISBN 978-3-938358-30-6

Roland Bischof

Wie Profis Sponsoren gewinnen

Basiswissen und Leitfaden für die Praxis
3. Auflage
Art.-Nr. 691 • ISBN 978-3-938358-40-5

Saim Rolf Alkan

1×1 für Online-Redakteure und Online-Texter

Einstieg in den Online-Journalismus
2., aktualisierte und erweiterte Auflage
Art.-Nr. 767 • ISBN 978-3-938358-92-4

Hajo Neu, Jochen Breitwieser

Public Relations

Die besten Tricks der Medienprofis
2., aktualisierte und erweiterte Auflage
Art.-Nr. 794 • ISBN 978-3-938358-93-1

Online-Marketing

Thomas Kaiser

Top-Platzierungen bei Google & Co.

Neukundengewinnung mit Suchmaschinenoptimierung und Google Adwords
Art.-Nr. 810 • ISBN 978-3-938358-49-8

Marius Dannenberg, Frank Wildschütz

Erfolgreiche Online-Werbung

Werbekampagnen planen, umsetzen, auswerten
Art.-Nr. 690 • ISBN 978-3-938358-39-9

Tobias Martin, Andre Richter

Was gute Webseiten ausmacht

Erfolgreiche Onlineauftritte planen und betreuen
Art.-Nr. 731 • ISBN 978-3-938358-68-9

Marketing

Anne M.Schüller

Zukunftstrend Kundenloyalität

Endlich erfolgreich durch loyale Kunden

2. Auflage

Art.-Nr. 567 • ISBN 978-3-934424-53-1

Tobias Meyer, Michael Schade

Cross-Marketing – Allianzen, die stark machen

Mit Partnern schneller erfolgreich werden

Art.-Nr. 612 • ISBN 978-3-934424-85-2

Melanie von Graeve

Erfolgsfaktor Eventmarketing

Wie Sie mit Events, Roadshows und Messen die Märkte erobern

Art.-Nr. 647 • ISBN 978-3-938358-29-0

Claudia Hilker

WOW-Marketing – Kleines Budget und große Wirkung

Besser verkaufen mit kreativen Marketingideen

2. Auflage

Art.-Nr. 712 • ISBN 978-3-938358-57-3

Giso Weyand

Allein erfolgreich – Die Einzelkämpfermarke

Marketing für beratende Berufe

2. Auflage

Art.-Nr. 661 • ISBN 978-3-938358-22-1

Unternehmensführung

Ernst August Bach, Volker Friedhoff, Ulrich Qualmann

Die Bank als Gegner

Vorsorge und Gefahrenabwehr gegenüber der eigenen Bank

Art.-Nr. 622 • ISBN 978-3-938358-12-2

Werner Lippert

Praxis der Existenzgründung – Erfolgsfaktoren für den Start

Von der Geschäftsidee zur beruflichen Selbständigkeit

Art.-Nr. 656 • ISBN 978-3-938358-18-4

Werner Lippert

Praxis der Existenzgründung – Marketing mit kleinem Budget

Kunden gewinnen – Kunden binden

Art.-Nr. 657 • ISBN 978-3-938358-19-1

Werner Lippert

Praxis der Existenzgründung – Die Finanzen im Griff

Erfolgreiche Finanzplanung und -kontrolle

Art.-Nr. 658 • ISBN 978-3-938358-20-7

Jörg T. Eckhold, Hans-Günter Lehmann, Peter Stonn

Das perfekte Bankgespräch

Der Weg zur optimalen Finanzierung

Art.-Nr. 701 • ISBN 978-3-938358-51-1

Christian Kalkbrenner, Ralf Lagerbauer

Der Bambus-Code – Schneller wachsen als die Konkurrenz

So machen Sie Ihre eigene Konjunktur

Art.-Nr. 755 • ISBN 978-3-938358-75-7

Frank Reese

Web Analytics – Damit aus Traffic Umsatz wird

Die besten Tools und Strategien

Art.-Nr. 693 • ISBN 978-3-938358-71-9

Preis: 34,90€ • 35,90€ [A] • 57,90 CHF

Wolf Rübner, Ulrich Wünsch

Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event

Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge

Art.-Nr. 714 • ISBN 978-3-938358-87-0

Preis: 24,80€ • 25,50€ [A] • 43,50 CHF

Miriam Godau, Marco Ripanti

Online-Communitys im Web 2.0

So funktionieren im Mitmachnetz Aufbau, Betrieb und Vermarktung

Art.-Nr. 741 • ISBN 978-3-938358-70-2

Preis: 34,90€ • 35,90€ [A] • 57,90 CHF

Ralf Deckers, Gerd Heinemann

Trends erkennen – Zukunft gestalten

Vom Zukunftswissen zum Markterfolg

Art.-Nr. 756 • ISBN 978-3-938358-78-8

Preis: 34,80€ • 35,90€ [A] • 57,80 CHF

Frank Reese (Hrsg.)

Website-Testing

Conversion Optimierung für Landing Pages und Online-Angebote

Standardausgabe

Art.-Nr. 806 • ISBN 978-3-938358-58-0

Preis: 39,80€ • 41,00€ [A] • 65,40 CHF

Unsere Bücher und Audiotrainings im Buchhandel und im Internet

Alle Titel aus diesem Katalog gibt es in jeder gut sortierten Buchhandlung. Fragen Sie Ihre/n Buchhändler/in. Sie werden dort kompetent beraten.

Oder Sie gehen direkt auf unsere Website. Dort erhalten Sie zusätzlich fast alle Bücher auch als E-Book und Sie können in unserem kostenlosen Online-Magazin in Hunderten von Artikeln schmökern oder das wöchentliche Gratis-Wissens-Update abonnieren.

Und mit wenigen Klicks bestellen Sie Ihre Bücher, Hörbücher und E-Books.



Ihre Bestellmöglichkeiten

www.BusinessVillage.de
Fax +49 (0)5 51/20 99-1 05
E-Mail sales@BusinessVillage.de

Wenn Sie Fragen haben oder lieber telefonisch bestellen wollen, rufen Sie uns an unter:
Fon +49 (0)5 51/20 99-1 00

Und natürlich in allen Buchhandlungen.

Unsere Autoren stehen für Veranstaltungen, Fachartikel und Interviews zur Verfügung. Weitere Auskünfte erhalten Sie direkt beim Verlag.

Geschäftsführung, Lektorat

Christian Hoffmann
Fon +49 (0)5 51/20 99-1 02
E-Mail verlag@BusinessVillage.de

Marketing, Presse, Vertrieb

Jens Grübner
Fon +49 (0)5 51/20 99-1 04
E-Mail presse@BusinessVillage.de

Auslieferung

PVS-Fulfilment-Service GmbH
BusinessVillage Versandservice
Werner-Haas-Straße 5
74172 Neckarsulm

Fon +49 (0)7 13 29 69-32 61
Fax +49 (0)7 13 29 69-3 00
E-Mail pvs@BusinessVillage.de