

Vier Bücher, die Sie interessieren könnten

In Zusammenarbeit mit GetAbstract stellen wir Ihnen erneut vier neue Bücher aus dem Marketingbereich vor. Diesmal: «Innovator's Playbook», «B2B – or not to be?», «Die Kunst des guten Arguments» und «Brandtelling».

Redaktion - 4. Juni 2021



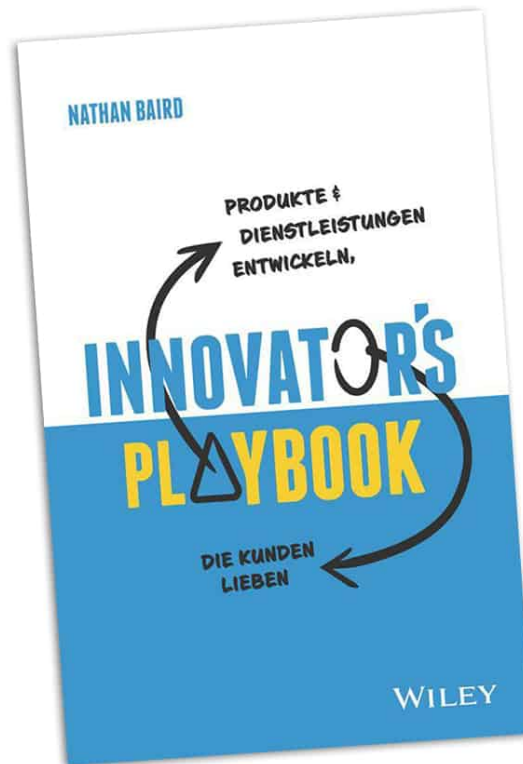
Innovator's Playbook

Produkte und Dienstleistungen entwickeln, die Kunden lieben.

- Autor: Nathan Baird
- Verlag: Wiley-VCH, 2021
- Seiten: 320
- ISBN: 9783527510603

Die meisten Innovationen floppen. Das könnte man als systembedingtes Risiko abtun, doch Nathan Baird ist anderer Ansicht. Er sieht handwerkliche Fehler, falschen Ehrgeiz und Unerfahrenheit als Ursachen für das Scheitern an. Was in der Frühphase eines Innovationsprojekts verkehrt läuft, lässt

Aufmerksamkeit. Eine Lektüreempfehlung für alle Innovationsmanager und Produktentwickler.

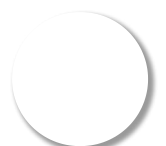


B2B – or not to be?

Der Weg zu Vertriebserfolg und profitablen Wachstum.

- Autor: Manfred Aull
- Verlag: Springer Gabler, 2020
- Seiten: 215
- ISBN: 9783658294069

Wer im B2B-Vertrieb erfolgreich sein will, muss systematisch und strukturiert vorgehen und immer am Ball bleiben. Wie das konkret umgesetzt werden kann, erläutert Manfred Aull, selbst lange Jahre erfolgreicher Vertriebler, ausführlich und praxisnah. Dazu gibt er dem Leser jede Menge Techniken und Hilfsmittel mit auf den Weg, wie das emotional intelligente Verhandeln oder den tabellarischen Zielkundenradar. Vertriebsmitarbeiter und -manager können das Buch als umfangreichen Leitfaden für ihre Arbeit nutzen.





Die Kunst des guten Arguments

- Autor: Anthony Weston
- Verlag: Reclam Verlag, 2020
- Seiten: 159
- ISBN: 9783150112861

Wer andere überzeugen möchte, braucht gute Argumente. Das gilt auch und insbesondere in einer Zeit, in der Debatten zunehmend irrationaler und aggressiver geführt werden. Der Autor zeigt anhand zahlreicher Beispiele, wie Argumente aufgebaut sein sollten, was gute von schlechten Argumenten unterscheidet und welche Art Argument in welchem Kontext am ehesten funktioniert. Auch wenn man vieles davon schon einmal gehört hat, ist doch einiges Überraschendes dabei. Ein praxisbezogenes und kurzweiliges Buch für alle, die gekonnt überzeugen wollen.



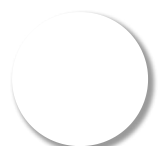


Brandtelling

Storytelling, das Marken und Menschen verbindet.

- Autor: Matthias M. Mattenberger
- Verlag: Campus Verlag, 2021
- Seiten: 224
- ISBN: 9783593513799

Wirtschaftlicher Erfolg reicht heutzutage nicht mehr aus. Kunden und Mitarbeiter erwarten, dass Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen. Und genau das lässt sich am einfachsten über Geschichten transportieren, sagt Matthias M. Mattenberger. Kurzweilig und anschaulich erklärt er die Bedeutung von Filmen, Geschichten und Erzählungen für Unternehmen. Er gibt viele Beispiele und führt den Leser Schritt für Schritt zur eigenen Markengeschichte. Das Buch ist interessant für alle, die Storytelling für ihr Marketing nutzen möchten und erste Schritte mit wenig Zeitaufwand umsetzen wollen.





Kategorien

| Marketing

Tags

| GetAbstract | Lesetipps

Weitere Artikel zum Thema



Was bedeutet eigentlich... «EVP»?

cyberlink

Partner werden Kundenportal Support

Cloud & Connectivity.

Vielfach ausgezeichnete
Managed Services
für anspruchsvollste
Schweizer Kunden.

Dachcom verpasst Cyberlink einen dunklen Anstrich



Cloud



Connectivity

Langsame Erholung des Tourismus in Basel dank Schweizer Gästen

