

Download File PDF The Win Without Pitching Manifesto modernh.com

Brand Identity Elevator Pitching The Challenger Sale Die 5 Dysfunktionen eines Teams Wie man über Bücher spricht, die man nicht gelesen hat Money Die Traumjoblüge Der Blaue Ozean als Strategie Was passiert, wenn ich tot bin? How to Win Client Business When You Don't Know Where to Start Das Detail in der Typografie Geometry of Design Inbound PR Kreativität & Selbstvertrauen Die Welt der Farben Rework Kleine Schritte, die Ihr Leben verändern The Win Without Pitching Manifesto Extreme Ownership - mit Verantwortung führen Elemente der bildenden Kunst Professionelle Studiofotografie Wie ich die Dinge geregelt kriege Es kommt nicht darauf an, wer du bist, sondern wer du sein willst Typografische Systeme Little voice mastery Social Media Einfach Erklart How to Run a Successful Design Business Android-Apps mit HTML, CSS und JavaScript Denken hilft zwar, nützt aber nichts Value Proposition Design Logo Design Love Fragebuch Der Pfad des Todes Schritt für Schritt zum erfolgreichen Drehbuch Responsive Web Design with Adobe Photoshop Einstieg in die PR - Das Workbook Hit Makers Frag immer erst: warum Purple Cow. Die Entstehung der Marken

[Brand Identity](#)

The new German edition of Mark Schaefer's best-selling book explores the fundamental workings of social media. A must-have book for companies, non-profits, and every institution seeking to connect with people on the social web.

[Elevator Pitching](#)

Ob Sie als Verkäufer einem Kunden ein Angebot machen oder als Existenzgründer einen Investor gewinnen wollen - immer stehen Sie vor der Hürde, dass Sie nur ganz wenig Zeit haben, um die Aufmerksamkeit Ihres Gegenübers zu gewinnen. Dieses Buch hilft Ihnen dabei, Ihre Argumente knapp, kurz und knackig auf den Punkt zu bringen. Es beschreibt die Technik des "Elevator Pitching", also das Verkaufsgespräch, das "während einer Aufzugsfahrt" durchgeführt werden kann. Sie lernen, wie Sie die wesentlichen Verkaufsargumente Ihrer Leistung schnell und schlagkräftig vermitteln.

[The Challenger Sale](#)

[Die 5 Dysfunktionen eines Teams](#)

[Wie man über Bücher spricht, die man nicht gelesen hat](#)

Sie haben neulich Proust zitiert, ohne sein Werk zu kennen, über den neuen Nobelpreisträger geplaudert, obwohl Sie sich nicht mal an den Buchtitel erinnern konnten? Kein Problem, sagt der französische Literaturprofessor Pierre Bayard. Wie man auf hohem Niveau und schamfrei über Bücher spricht, die man nicht gelesen hat, zeigt uns dieses wunderbare Buch. Der versierte Nichtleser unterscheidet vier Haupttypen: unbekannte Bücher, Bücher, die man quergelesen hat, Bücher, die man nur vom Hörensagen kennt, und solche, deren Inhalt wir schon wieder vergessen haben - über alle lässt sich

hervorragend reden. Dass Bayard seine Einladung zum unverfrorenen Umgang mit Büchern mit einer Fülle literarischer Beispiele untermauert, versteht sich von selbst: von Musils Bibliothekar, der kein Buch durch Lektüre bevorzugen will und deshalb gar nicht liest, über Ecos scharfsinnigen William von Baskerville bis zu David Lodge.

Money

Android rockt: immer mehr Android-Geräte der unterschiedlichsten Formen und Grössen kommen auf den Markt. Das bedeutet für Entwickler natürlich einerseits einen wachsenden Markt. Andererseits bedeuten mehr Gerätetypen auch mehr zu berücksichtigende Unterschiede im Code. Dieser Fragmentierung können Sie begegnen, indem Sie Ihre Apps mit Standard-Webtechnologien erstellen.

Die Traumjoblüge

Hit Makers ist ein Buch über die mit Abstand wertvollste Währung in der vernetzten Businesswelt des im 21. Jahrhunderts: die Aufmerksamkeit der Menschen. Derek Thompson ergründet spannend und mit vielen Beispielen die Geheimnisse dieser Währung – bei Filmen, Musik, Kunst und Design. Wann wird ein Film ein Blockbuster? Wann ein Song ein Nummer-eins-Hit? Und wie wird aus einem Filmchen im Internet ein Klick-Hit? Und mit am wichtigsten: Wie verbreiten sich Idee und Produkte? Er belegt: Nichts geht einfach "viral", sondern es wirken psychologische Mechanismen im Hintergrund. Thompson schreibt nichts weniger als eine Geschichte der Popularität, von Bill Hales "Rock Around the Clock" bis hin zu Facebook. Und schafft ein unerlässliches Werk für alle Künstler, Produktdesigner, Marketingschaffende, Kommunikationsexperten und Unternehmen – eine Anleitung für Hits.

[Der Blaue Ozean als Strategie](#)

*The design sector has expanded rapidly in recent years, and now covers a wide range of specialist disciplines from branding and communications to product, commercial interiors and digital. Yet design firms often lack long-term vision, strategies and plans, and research from the Design Council shows that far too many suffer from poor profitability. Shan Preddy believes that the more a design firm knows about business, the more successful it will be, both creatively and financially. That's why she has gathered over 80 design-sector experts from different fields - advisors, practitioners, clients and representatives from design organisations - to provide you with information, suggestions, guidelines and thought-provoking opinions. Whether you're experienced or just starting out, **How to Run a Successful Design Business: The New Professional Practice** covers everything owners and managers of design firms need to know.*

[Was passiert, wenn ich tot bin?](#)

Folge deiner Leidenschaft, dann erntest du das große Geld, das klingt nach einem tollen Rat. Aber für die meisten führt es nur zu beruflichen Fehlstarts und ständigem Job-Hopping. Denn Leidenschaft allein reicht nicht, um in einem Job glücklich zu werden. Cal Newport zeigt anhand zahlreicher Fallbeispiele und mit vielen praktischen Hinweisen den verblüffend einfachen Ausweg: Wer Zeit und Mühe darauf verwendet, in dem, was er tut, immer besser zu werden, der wird mit zunehmender Meisterschaft immer mehr Gefallen an seiner Tätigkeit finden. Das ist der beste Baustein für Zufriedenheit im Job und eine große Karriere.

[How to Win Client Business When You Don't Know Where to Start](#)

Dramatically grow your client base following pragmatic and insightful advice by bestselling author Doug Fletcher How to Win Client Business When You Don't Know Where to Start: A Rainmaking Guide for Consulting and Professional Services serves as an invaluable and indispensable guide for everyone in the business of selling professional and consulting services. Author Doug Fletcher dives deeply into the five skills required to "make it rain": Create Your Personal Brand Identity Demonstrate Your Professional Expertise Build Your Professional Ecosystem Develop Trust-Based Relationships Practice Everyday Success Habits How to Win Client Business When You Don't Know Where to Start provides a masterclass in teaching the practical techniques and concrete strategies that professional services providers were never taught in school or on the job. Pragmatic lessons take the place of the vaguely defined principles found in competing books to turn readers from sales novices into rainmakers. Written by the same celebrated author who brought readers the best-selling book How Clients Buy, How to Win Client Business When You Don't Know Where to Start is perfect for any professional services provider or consultant who seeks to dramatically increase their book of business.

[Das Detail in der Typografie](#)

Das Fragebuch ist ein Reiseführer durch Ihr eigenes Leben: Sie können das Fragebuch alleine ausfüllen wie ein Tagebuch. Oder mit anderen zusammen. Sie können ein festgefahrenes Abendessen aufheitern oder Verwandte aus der Reserve locken. Sie können wieder Spannung in Ihre Beziehung bringen oder endlich ihre Eltern kennenlernen. Sie werden ihre Kinder in Gespräche verwickeln und den schweigsamsten Mann zum Reden bringen.

[Geometry of Design](#)

Bücher zur Produktentwicklung gibt es viele. Dennoch ist die Quote an Flops immens. Mit Alexander Osterwalders »Value Proposition Design« wäre das nicht passiert! Der Erfinder von »Business Model Generation« liefert die kreative Bauanleitung für innovative Produkte. Sein Ziel: Schluss mit sinnlosen Dingen, die keiner will. Mit Osterwalders bewährtem Canvas-Konzept entsteht spielerisch die perfekte Passform zwischen Produkt und Kunde. Praxisorientiert zeigt das Buch, wie aus der Idee ein Must-have wird. Ein Onlineservice mit Tools, Tests und Fallstudien sowie die Schnittstelle zur Business-Model-Generation-Community ergänzen das Powerpaket. Der neue Osterwalder mit Haben-wollen-Effekt!

[Inbound PR](#)

• Einfacher Einstieg in alle Aspekte der PR-Arbeit • Strategie entwickeln, die Presse erreichen, Netzwerke aufbauen sowie Interviews und öffentliche Auftritte meistern • PR-Arbeit nachbereiten und Erfolg messen Moderne Pressearbeit ist für jedes Unternehmen unverzichtbar. Mit diesem Buch erhältst du das notwendige Handwerkszeug, um ein Unternehmen erfolgreich in die Medien zu bringen – für eine positive öffentliche Wahrnehmung. Du lernst alle Aspekte der modernen Pressearbeit von Grund auf kennen: Du erfährst, wie du Schritt für Schritt deine Pressearbeit strukturiert in Angriff nimmst: von der Analyse der Unternehmensziele über die Strategie bis zum Anlegen eines Presseverteilers. Hast du alles optimal vorbereitet, kannst du mit der praktischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit starten. Du lernst, wie du spannende Pressemitteilungen schreibst, die gerne gelesen werden, und wie du dein Netzwerk aufbaust und pflegst. Und damit du weißt, worauf Journalisten tatsächlich Wert legen, hat Meike Neitz einige gefragt, was sie bei Pressekontakten gut finden und was nicht. Weiterhin erfährst du, was du als Presseprofi noch umsetzen kannst wie z.B. Interviews, Pressekonferenzen, Gastartikel, besondere Aktionen und vieles mehr. Methoden der Erfolgsmessung und die Nachbereitung deiner Arbeit runden dieses praktische Workbook ab.

[Kreativität & Selbstvertrauen](#)

Kimberly Elam führt den Leser auf eine geometrische Reise und gibt Einsicht in den Designprozess, indem sie visuelle Beziehungen untersucht, die sowohl auf mathematischen Prinzipien als auch auf grundlegenden Eigenschaften des Lebens basieren. Elams Erklärungen machen die mathematischen Beziehungen, die sich hinter diesen Designs verbergen, offensichtlich, und ihre Einführung in die Technik der visuellen Analyse macht dieses Buch zu einer unerlässlichen Hilfe für jeden, der grafisch arbeitet. Die Autorin behandelt dabei nicht nur die klassischen Proportionierungssysteme wie den Goldenen Schnitt und wurzelbasierte Rechtecke, sondern auch weniger bekannte Systeme wie z.B. die Fibonaccifolge.

[Die Welt der Farben](#)

[Rework](#)

For a couple of decades now, designers have used Photoshop to mock up Web page designs. However, that work generally results in a static graphic of the page, which has to be translated by a developer into the components of a Web page: HTML files and Web-compatible image files. Our multi-device world has shown us that this approach to web design, including full-page comps done in Photoshop, is increasingly problematic. Modern web designers are adopting a new approach: creating flexible web pages whose layout can adapt to suit the screen on which they are displayed. This is “Responsive Web Design” [RWD]. Until now, books on designing responsive Web sites have focused on HTML and CSS –

in other words, they've been very code-centric, and visual creativity seems to take a back seat. This new book is aimed at the visual Web designer who's accustomed to working in Photoshop. Adobe Photoshop CC contains many new features that help streamline the process of converting a static page design to a set of components for a responsive web page. Dan Rose is one of the best-known advocates of this new way of working in Photoshop. He's observed that only a few people are talking about Photoshop for RWD constructively, yet a majority (63% as of his last informal poll) of web designers are using Photoshop for more than simple asset creation. This transition is a pain point for many designers. His new book will balance coverage of conceptual issues (how to fit tools like Photoshop to the design workflow rather than fitting a workflow to the tools) with practical design exercises tailored to help communicate the overall design direction of the page while respecting the needs of the fluid Web. In addition, he will introduce methods for taking HTML back into Photoshop for further refinement.

[Kleine Schritte, die Ihr Leben verändern](#)

Mehr als 10 Jahre sind seit seiner letzten Veröffentlichung in Deutschland vergangen, jetzt meldet sich Anthony Robbins zurück. Als Personal Trainer beriet er Persönlichkeiten wie Bill Clinton und Serena Williams sowie ein weltweites Millionenpublikum, nun widmet er seine Aufmerksamkeit den Finanzen. Basierend auf umfangreichen Recherchen und Interviews mit mehr als 50 Starinvestoren, wie Warren Buffett oder Star-Hedgefondsmanager Carl Icahn, hat Robbins die besten Strategien für die private finanzielle Absicherung entwickelt. Sein Werk bündelt die Expertise erfolgreicher Finanzmarktakteure und seine Beratungserfahrung. Selbst komplexe Anlagestrategien werden verständlich erläutert, ohne an Präzision einzubüßen. In 7 Schritten zur finanziellen Unabhängigkeit - praxisnah und für jeden umsetzbar.

[The Win Without Pitching Manifesto](#)

Typografische Anordnungen waren schon immer komplexe Systeme, in denen viele Faktoren zusammenspielen a Hierarchie, Leserichtung, Lesbarkeit und Kontraste. In Typografische Systeme untersucht Kim Elam, Autorin der Bestseller Gestaltungsraster und Proportion und Komposition, acht grAssere strukturelle Systeme, die AI/4ber die traditionelle Ordnung im Raster hinaus gehen. Darunter befinden sich zufAllige, strahlenfArmige, modulare und bilaterale Systeme. Sie fAI/4hrt den Leser durch Aoebungen und Studien zu professionellen Beispielen und zeigt eine grosse Auswahl von GestaltungsAsungen auf. Wer die wichtigen Systeme der visuellen Organisation versteht, kann Worte oder Bilder leicht in Strukturen oder Strukturkombinationen anordnen. Jedes System a von der strukturierten Achse zur nonhierarchischen strahlenfArmigen Anordnung - wird von der Autorin klar und mit Substanz erklArt, so dass der Leser die komplexen und schwierigen Kompositionen kennenlernt. Typografische Systeme ist der sechste Band der Erfolgsreihe Design Briefs, von der weltweit AI/4ber 100 000 Exemplare verkauft wurden.

[Extreme Ownership - mit Verantwortung führen](#)

Der Schweizer Typograf und Buchgestalter Jost Hochuli gibt in dieser Broschüre eine knapp gefasste, informative Einführung in die Mikro- oder Detailtypografie. Es geht um die grundlegenden Einheiten: Buchstabe, Buchstabenabstand, Wort, Wortabstand, Zeile, Zeilenabstand, Kolumne. Ausgehend von den hysiologischen und psychologischen Bedingtheiten des Lesevorgangs entfaltet der Autor die Grundelemente von Buchstaben und gesetzter Schrift, weckt den Sinn für die hier oft alles entscheidende Nuance anhand einer Fülle von Beispielen. Eine prägnante Darstellung all dessen, was jeder über die Grundlagen unserer Schrift und Lesekultur wissen sollte.

[Elemente der bildenden Kunst](#)

[Professionelle Studiofotografie](#)

Die Meisterklasse für anspruchsvolle Studiofotografie. Ein Workshopbuch für die Studiofotografie, das sich an angehende Profis und ambitionierte Amateurfotografen richtet. Reich illustriert und in zahlreichen, großzügig bebilderten Beispielen werden die Bereiche Sachfotografie, Still Life, Industrie, Technik, Kosmetik, Food, Schmuck, Uhren und Porträt erläutert. Das Buch erklärt im einleitenden Teil die wesentlichen Aspekte des fotografischen Prozesses im Studio, von der Ideenfindung über die Studioplanung, Licht, Beleuchtung, Sicht, Perspektive, Kamera und Objektivwahl. Der Workshopteil zeigt ganzseitig Meisterleistungen der Studiofotografie und ihre Entstehung mit Aufbau layout, technischen Daten und allen notwendigen Schritten, die zum Endresultat führten – ohne Geheimnisse. "Professionelle Studiofotografie" ist ein Rezeptbuch für alle angehenden Studiofotografen und ein Nachschlagewerk für den erfahrenen Profi. Kurz: ein Masterclass- Workshopbuch für die Studiofotografie, das es in dieser Ausführlichkeit und Professionalität noch nicht gegeben hat und das trotzdem einfach und verständlich geschrieben ist.

[Wie ich die Dinge geregelt kriege](#)

Am Beginn einer jeden Erfolgsgeschichte steht eine einfache Frage: Warum? Warum sind manche Organisationen profitabler als andere? Warum werden einige Führungskräfte von ihren Mitarbeitern mehr geschätzt und andere weniger? Warum sind manche Menschen in der Lage, immer und immer wieder erfolgreich zu sein? In seinem Bestseller,

der nun zum ersten Mal in deutscher Sprache erscheint, zeigt Simon Sinek, dass erfolgreiche Persönlichkeiten wie Martin Luther King Jr. oder Steve Jobs alle nach demselben, natürlichen Muster dachten, handelten und kommunizierten. Am Anfang ihres Wirkens stand immer die Frage nach dem Warum. Mit diesem Ansatz schafften sie es, bedeutende Dinge zu vollbringen und darüber hinaus ihre Mitstreiter zu inspirieren. Sich an diesen Vorbildern orientierend, gibt Sinek in seinem Ratgeber nun Führungskräften, Unternehmen, aber auch Privatpersonen einen Leitfaden an die Hand, der zum endgültigen Erfolg verhilft. Dabei erklärt er das so erfolgreiche Muster, welches dem goldenen Schnitt ähnlich ist, und auf den drei elementaren Fragen basiert: Warum? Wie? Was? Dadurch eröffnen sich dem Leser völlig neue Möglichkeiten und er wird lernen, dass die Motivierung von Mitarbeitern viel zielführender ist als ihre Manipulation! Und dies geht ganz einfach: einfach "Warum?" fragen.

[Es kommt nicht darauf an, wer du bist, sondern wer du sein willst](#)

Eigentlich sollte man längst bei einem Termin sein, doch dann klingelt das Handy und das E-Mail-Postfach quillt auch schon wieder über. Für Sport und Erholung bleibt immer weniger Zeit und am Ende resigniert man ausgebrannt, unproduktiv und völlig gestresst. Doch das muss nicht sein. Denn je entspannter wir sind, desto kreativer und produktiver werden wir. Mit David Allens einfacher und anwendungsorientierter Methode wird beides wieder möglich: effizient zu arbeiten und die Freude am Leben zurückzugewinnen.

[Typografische Systeme](#)

Mit Verantwortung zu mehr Erfolg Die Seal-Offiziere Jocko Willink und Leif Babin führten verschiedene Special-Forces-

Einheiten erfolgreich durch die blutigen Wirren des Irakkriegs. Um diese ultimativen Stresssituationen zu überstehen, entwickelten sie eine ganz spezielle Kultur der Disziplin und Verantwortung, die sie für die nächste Generation der Seal-Führungsebene zusammengefasst haben. In ihrem Buch erläutern die beiden Elitesoldaten, wie sie ihre Einheiten durch schwierigste Kriegseinsätze führen konnten und demonstrieren, wie ihre effektiven Führungsprinzipien vom Schlachtfeld optimal in das unternehmerische Umfeld, auf Teams und auf den Alltag übertragen werden können. Ihr Erfolgsgeheimnis: Verantwortung für die eigenen Fehler übernehmen, aus den Misserfolgen lernen und auf dieser Grundlage neue Lösungsansätze entwickeln.

[*Little voice mastery*](#)

[*Social Media Einfach Erklart*](#)

Werbefachmann Paul Arden zeigt in einer kurzen Anleitung, wie man das Beste aus sich machen kannEine Taschenbibel für Begabte und Schüchterne, die das Unvorstellbare vorstellbar und das Unmögliche möglich machtBeleuchtet den Nutzen, den ein Rausschmiss haben kann, und erklärt, warum es oft besser ist, sich zu irren als Recht zu habenEin erbaulicher, humorvoller kleiner Band, der originelle und schlüssige Antworten auf Alltagsfragen bereithält.

[*How to Run a Successful Design Business*](#)

[Android-Apps mit HTML, CSS und JavaScript](#)

Was zeichnet starke, erfolgreiche Marken aus? Wie werden diese emotional und inhaltlich aufgeladen? Und was verhilft ihnen schließlich dazu, sich zu verankern und eine dauerhafte Präsenz zu erreichen? »Brand Identity« geht all diesen Fragen nach und beleuchtet Schritt für Schritt die Entwicklung einer zukunftsfähigen Marke: Von den grundlegenden Überlegungen im Vorfeld wie Markenstrategie und -aufbau, über den eigentlichen Designprozess bis hin zur Visualisierung der Ergebnisse aus Recherche und Konzept. Die enthaltenen Case Studies zu renommierten, internationalen Marken aus unterschiedlichen Branchen und Industriezweigen, die hier gründlich analysiert und aufgeschlüsselt wurden, laden dazu ein, Details zu entdecken und spannende Hintergründe zu erfahren. So manches Aha-Erlebnis wird schließlich dazu führen, selbst mit neuen strategischen Ansätzen an Markenentwicklungen heranzugehen und die gewonnenen Erkenntnisse auf eigene Projekte zu übertragen. Anregungen zu Übungsaufgaben führen schließlich auch Studierende ganz praktisch an das Thema heran.

[Denken hilft zwar, nützt aber nichts](#)

[Value Proposition Design](#)

[Logo Design Love](#)

[Fragebuch](#)

[Der Pfad des Todes](#)

*Gibt es ein Rezept für Verkaufserfolg? Die meisten Führungskräfte im Vertrieb verweisen hier zuerst auf eine gute Kundenbeziehung – und sie liegen falsch damit. Die besten Verkäufer versuchen nicht nur einfach eine gute Beziehung zu ihren Kunden aufzubauen – sie stellen primär die Denkweisen und Überzeugungen ihrer Kunden in Frage. Basierend auf einer umfassenden Studie mit mehreren tausend Vertriebsmitarbeitern in unterschiedlichen Branchen und Ländern, zeigt *The Challenger Sale*, dass das klassische vertriebliche Vorgehen mit dem Aufbau von Beziehungen immer weniger funktioniert, je komplexer die Lösungen sind. Doch wie unterscheiden sich Fertigkeiten, Verhaltensweisen, Wissen und Einstellung der Spitzenverkäufer vom Durchschnitt? Die Studie zeigt deutlich, dass die Verhaltensweisen, die den Challenger so erfolgreich machen, replizierbar und strukturiert vermittelbar sind. Die Autoren erklären, wie fast jeder Verkäufer, ausgestattet mit den richtigen Werkzeugen, diesen Ansatz erfolgreich umsetzen kann und so höhere Kundenbindung und letztendlich mehr Wachstum generiert. Das Buch ist eine Quelle der Inspiration und hilft dem Leser, sein Profil als Vertriebler zu analysieren und gezielt zu verändern, um am Ende kreativer und besser zu sein.*

[Schritt für Schritt zum erfolgreichen Drehbuch](#)

[Responsive Web Design with Adobe Photoshop](#)

Kinder fragen klar, offen und ehrlich nach dem Tod. Und genauso muss man ihnen auch antworten. Das ist zumindest die Überzeugung von Caitlin Doughty. Die berühmteste Bestatterin der Welt beantwortet in ihrem Buch ganz ungeschminkt Fragen von Kindern, die Erwachsene nicht zu stellen wagen. Aber auch sie dürfen dieses kurzweilige, profunde Buch über den Tod lesen - zur Not auch heimlich. Jeden Tag erhält Caitlin Doughty Dutzende von Fragen über den Tod, und die besten kommen von Kindern. Sieht man ein weißes Licht, wenn man stirbt? Kann mein Körper noch sprechen, wenn ich tot bin? Was passiert mit einem toten Astronauten im Weltraum? In ihrem unnachahmlich lockeren, immer respektvollen Ton beantwortet die Bestatterin 34 kluge Fragen ihrer jüngsten Fans und bietet so nicht nur Kindern einen Blick hinter den schwarzen Vorhang aus Tabus und Verdruckstheiten. Sie erklärt, was passiert, wenn man stirbt, wie die geliebten Haustiere mit der Leiche ihres Menschen umgehen und was mit unseren gestorbenen Liebsten passiert, wenn man sie aufbahrt, verbrennt, beerdigt oder im Weltraum verliert. Ein hilfreicher Türöffner für alle, die mit Kindern (oder mit sich selbst) ganz unverkrampft über den Tod reden wollen.

[Einstieg in die PR - Das Workbook](#)

Warum sind wir beim Anblick eines köstlichen Desserts sofort bereit, unser -eisernes Diätgelübde zu brechen? Wieso glauben wir, dass teure Medikamente besser wirken als preiswerte? Weshalb tun wir uns oft so schwer, uns überhaupt zu entscheiden? Dan Ariely stellt unser alltägliches Verhalten auf den Prüfstand, um herauszufinden, warum wir uns für vernünftig halten – und doch immer wieder unvernünftig handeln.

[Hit Makers](#)

Das Buch ist ein globales Phänomen. Es wurde 3,5 Millionen Mal verkauft, in rekordverdächtigen 43 Sprachen publiziert und ist auf 5 Kontinenten zum Bestseller geworden. Nun ist es in einer aktualisierten und erweiterten Auflage neu erschienen. - Der internationale Bestseller: Jetzt mit neuem Vorwort, neuen Kapiteln und aktualisierten Fallstudien - Ein Bestseller auf 5 Kontinenten - Weltweit mehr als 3,5 Millionen Bücher verkauft - In 43 Sprachen übersetzt - Ein Wall-Street-Journal-, Businessweek- und Fast-Company-Bestseller Der von Organisationen und Branchen auf der ganzen Welt hochgeschätzte Bestseller stellt alles in Frage, was wir bisher über die Voraussetzungen strategischen Erfolgs zu wissen glaubten. Der Blaue Ozean als Strategie, vertritt die Ansicht, dass ein brutaler Konkurrenzkampf nur dazu führt, dass sich die Konkurrenten in einem blutrot gefärbten Ozean um rapide schwindende Gewinnmöglichkeiten streiten. Basierend auf der Untersuchung von mehr als 150 strategischen Schachzügen (im Lauf von mehr als 100 Jahren und in mehr als 50 Branchen) vertreten die Autoren die Ansicht, dass nachhaltiger Erfolg nicht auf verschärftem Konkurrenzkampf, sondern auf der Eroberung »Blauer Ozeane« beruht: der Erschließung neuer Märkte mit großem Wachstumspotenzial. Der Blaue Ozean als Strategie präsentiert einen systematischen Ansatz, wie man Konkurrenz irrelevant macht, und legt Prinzipien und Methoden vor, mit der jede Organisation ihre eigenen Blauen Ozeane erobern kann. Diese erweiterte Auflage enthält: - Ein neues Vorwort der Autoren: Hilfe! Mein Ozean färbt sich rot. - Aktualisierungen der in dem Buch behandelten Fälle und Beispiele, indem ihre Geschichte bis in die Gegenwart weiterverfolgt wird. - Zwei neue Kapitel und ein erweitertes drittes Kapitel: Ausrichtung, Erneuerung und Red Ocean Traps. Sie behandeln die wichtigsten Fragen, die die Leser in den vergangenen zehn Jahren gestellt haben. Der bahnbrechende Bestseller stellt das bisherige strategische Denken auf den Kopf und entwirft einen kühnen neuen Weg in die Zukunft. Hier können Sie lernen, wie man neue Märkte erschließt, auf denen Konkurrenz noch keine Rolle spielt.

"Das ist ein extrem wertvolles Buch." Nicolas G. Hayek, Verwaltungsratpräsident, Swatch Group "Ein Muss für Manager und Wirtschaftsstudenten." Carlos Ghosn, President und CEO, Nissan Motor Co., Ltd. "Die Strategien von Kim und Mauborgne sind nicht nur neu, sondern auch praxisnah. Wir haben sie in unserem Unternehmen mit großem Erfolg umgesetzt." Patrick Snowball, Chief Executive, Norwich Union Insurance Wenn Sie mehr über die innovative Kraft des Buches wissen wollen, besuchen Sie blueoceanstrategy.com. Dort finden Sie alle Mittel, die Sie brauchen: praktische Ideen und Fallbeispiele aus staatlichen Unternehmen und der Privatindustrie, Lehrmaterial, Mobile Apps, aktuelle Updates sowie Tipps und Tools, mit denen Sie Ihre Reise auf dem Blauen Ozean erfolgreich gestalten können.

[Frag immer erst: warum](#)

The digital era's new consumer demands a new approach to PR Inbound PR is the handbook that can transform your agency's business. Today's customer is fundamentally different, and traditional PR strategies are falling by the wayside. Nobody wants to feel "marketed to;" we want to make our own choices based on our own research and experiences online. When problems arise, we demand answers on social media, directly engaging the company in front of a global audience. We are the most empowered, sophisticated customer base in the history of PR, and PR professionals must draw upon an enormous breadth of skills and techniques to serve their clients' interests. Unfortunately, those efforts are becoming increasingly ephemeral and difficult to track using traditional metrics. This book merges content and measurement to give today's PR agencies a new way to build brands, evaluate performance and track ROI. The ability to reach the new consumer, build the relationship, and quantify the ROI of PR services allows you to develop an inbound business and the internal capabilities to meet and exceed the needs of the most demanding client. In this digital age of constant contact and worldwide platforms, it's the only way to sustainably grow your business and expand your reach

while bolstering your effectiveness on any platform. This book shows you what you need to know, and gives you a clear framework for putting numbers to reputation. Build brand awareness without "marketing to" the audience Generate more, higher-quality customer or media leads Close the deal and nurture the customer or media relationship Track the ROI of each stage in the process Content is the name of the game now, and PR agencies must be able to prove their worth or risk being swept under with obsolete methods. Inbound PR provides critical guidance for PR growth in the digital era, complete with a practical framework for stimulating that growth.

[Purple Cow.](#)

In den Tiefen der dänischen Wälder zeichnet eine Wildkamera Bilder eines verängstigten Jugendlichen auf. Als sich herausstellt, dass der Junge vor mehr als zwei Wochen als vermisst gemeldet wurde, ist Kommissarin Louise Rick alarmiert. Warum wirkt er auf den Aufnahmen so panisch? Und warum kehrt er nicht nach Hause zurück? Dann wird im selben Wald die Leiche einer jungen Frau gefunden. Louise steht kurz davor, einer Reihe ungesühnter Verbrechen auf die Spur zu kommen, die schon lange zurückliegen. Denn der Waldboden ist mit Blut getränkt

[Die Entstehung der Marken](#)

Nach ihren ersten zwei Wochen als neuer CEO von DecisionTech fragte sich Kathryn Petersen angesichts der dortigen Probleme, ob es wirklich richtig gewesen war, den Job anzunehmen. Sie war eigentlich froh über die neue Aufgabe gewesen. Doch hatte sie nicht ahnen können, dass ihr Team so fürchterlich dysfunktional war und die Teammitglieder sie vor eine Herausforderung stellen würden, die sie niemals zuvor so erlebt hatte In "Die 5 Dyfunktionen eines Teams"

begibt sich Patrick Lencioni in die faszinierende und komplexe Welt von Teams. In seiner Leadership-Fabel folgt der Leser der Geschichte von Kathryn Petersen, die sich mit der ultimativen Führungskrise konfrontiert sieht: die Einigung eines Teams, das sich in einer solchen Unordnung befindet, dass es den Erfolg und das Überleben des gesamten Unternehmens gefährdet. Im Verlauf der Geschichte enthüllt Lencioni die fünf entscheidenden Dysfunktionen, die oft dazu führen, dass Teams scheitern. Er stellt ein Modell und umsetzbare Schritte vor, die zu einem effektiven Team führen und die fünf Dysfunktionen beheben. Diese Dysfunktionen sind: - Fehlendes Vertrauen, - Scheu vor Konflikten, - Fehlendes Engagement, - Scheu vor Verantwortung, - Fehlende Ergebnis-Orientierung. Wie in seinen anderen Büchern hat Patrick Lencioni eine fesselnde Fabel geschrieben, die eine wichtige Botschaft für alle enthält, die danach streben, außergewöhnliche Teamleiter und Führungskräfte zu werden.

Copyright code : [a5e5ce0619623aaed8c100506e10143d](#)