

Verschenken Sie doch Ihre Produkte!

Vieles im Internet gibt es umsonst: Online-Videospiele, Gratis-Downloads, kostenlose Visitenkarten und so weiter. Dies verändert die Mentalität der Konsumenten: Warum zahlen, wenn man Produkte auch umsonst kriegen kann?

Unternehmen können von dieser Mentalität profitieren, indem sie die kostenlosen Artikel einsetzen, um ihre Produkte zu verkaufen. So machen sie auf sich aufmerksam und werben neue Kunden – *Free* funktioniert letztlich als ideales Marketinginstrument.

Andersons Strategieplan zeigt, wie Unternehmen sich den Freeware-Boom zunutze machen können.

»Anderson hat raffinierterweise kein Lehrbuch geschrieben. Seine Erkenntnisse reichert er an mit klugen Beispielen und erhellenden Thesen.«

Financial Times

»Guru der neuen Medien – und professioneller Provokateur.«

Der Spiegel

»Der Garten Eden ist online gegangen.«

ZEIT ONLINE

Latte-Macchiato-Familien, Tiger-Ladys und Greyhopper...

... sind nur drei der elf neuen Lebensstile, die Oliver Dziemba und Eike Wenzel hier vorstellen. Die Frage nach der Zusammensetzung der Gesellschaft wurde in der Vergangenheit relativ einfach beantwortet: Die Feudalgesellschaft kannte nur sehr wenige an der Spitze der sozialen Pyramide, später wurde das Sozialgefüge als Klassengesellschaft definiert und seitdem spricht man von sozialen Milieus.

Die hier vorgestellten Lebensstil-Typologien nehmen eine neue, flexiblere Einteilung vor, denn Alter, Schicht und Religionszugehörigkeit sagen nur noch wenig über Menschen aus. Tatsächlich stürmen Sechzigjährige mit ihren Snowboards die Pisten, Zwanzigjährige legen sich einen Schrebergarten zu und Schüler gründen in ihrer Freizeit Wirtschaftsunternehmen.

Die Autoren geben Einblicke in die komplizierten Kaufentscheidungen von Konsumenten und vermitteln prognostisches Marktverstehen. Sie zeigen – im Widerspruch zur traditionellen Marktforschung –, dass ab sofort eine flexiblere Einteilung der Gesellschaft notwendig ist, um im Marketing zukunftsorientiert und krisenfest zu handeln.

»Die im letzten Kapitel vorgestellten Grundregeln für das Marketing im 21. Jahrhundert sollten zum Grundwissen jedes damit befassten Mitarbeiters gehören.«
Harvard Business Manager

Der Schlüssel zum Erfolg

Erfolgsfaktor Nummer eins in der Wirtschaft ist es, die besten Mitarbeiter zu finden und sie an das Unternehmen zu binden. Begeisterte Mitarbeiter sorgen für begeisterte Kunden und eine konstruktive Unternehmenskultur. Die Autoren zeigen die notwendigen Schritte zu dieser komfortablen Situation. Sie enthüllen das Geheimnis, wie ein Unternehmen für Spitzen-Mitarbeiter wirklich attraktiv wird. In einem Sieben-Stufen-Modell wird beschrieben, wie immaterielle und materielle Anreize optimal miteinander kombiniert werden können, damit es der Firma gelingt, die besten Mitarbeiter zu finden und zu binden. Hierzu geben die Autoren den Lesern als zentrales Instrument einen tausendfach bewährten Beurteilungsbogen an die Hand, der eine zuverlässige Einstufung von Mitarbeitern ermöglicht.

»Wer die besten Mitarbeiter in seinem Team behalten will, braucht intelligendere Leistungsanreize als Zuckerbrot und Peitsche. Das Geheimnis erfolgreicher Führungskräfte ist es, Top-Mitarbeiter dauerhaft zu binden. Es funktioniert!«

Prof. Dr.-Ing. Tom Sommerlatte, Chairman Arthur D. Little GmbH

»Was gibt es Spannenderes für einen Chef als die Gewissheit, dass der Laden auch läuft, wenn er nicht da ist. Um den Weg zu so einer Firmenkultur zu verkürzen, lesen Sie dieses Buch.«

Prof. Dr. Hartmut Kreikebaum, European Business School

»Rationalisierung und Kundenorientierung sind inzwischen eine Selbstverständlichkeit – weltweit! Die Zukunft wird denen gehören, die radikale Mitarbeiterorientierung als drittes Standbein aufbauen.«

Prof. Dr. Martin Beck, Beck Management Center GmbH

Bye-bye Management!

Das Weltbild und das Menschenbild, die unserer Wirtschaft zugrunde liegen, sind nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Menschen und Mäkte können nicht gemanagt werden. Niels Pfläging definiert einen neuen Kodex der Führung, in dem Handlungsfreiheit, Selbstverantwortung, Transparenz, Teilhabe, Teamwork und Ergebniskultur nicht Ausnahme, sondern Gesetz sind. Unternehmen werden auf diese Weise schnell, anpassungsfähig und überdurchschnittlich erfolgreich. Pfläging zeigt, was es für jeden Einzelnen und für das ganze Unternehmen bedeutet, wenn Verantwortung, Freiheit und Gemeinsamkeit wirklich gelebt werden, und wie das gelingen kann.

»Die 12 neuen Gesetze der Führung ist eine konkrete, einleuchtende und inspirierende Handlungsanleitung für ein neues Denken und Handeln in der Wirtschaft. Endlich! Dieses Buch war überfällig!«

Anja Förster und Peter Kreuz, Autoren von *Nur Tote bleiben liegen*

»Niels Pfläging ist immer dabei, wenn das ganz Vorne vermessen und kartographiert wird.«

changeX

Das Praxishandbuch für erfolgreiche Strategieprozesse

Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, benötigt Ihr Unternehmen eine klare Strategie. Wie eine solche entwickelt und implementiert wird, erfahren Sie in diesem Buch. Sie finden hier

- einen praxisorientierten Leitfaden für die Initiierung und Durchführung eines Strategieprozesses,
- eine Auswahl und Beschreibung der wirklich relevanten Strategieinstrumente,
- eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, die Sie sicher durch den Strategieprozess begleitet.

Die Kunst des Strategieprozesses liegt in der Kombination aus systemischer Analyse, strategischer Innovation und unternehmerischer Umsetzungskraft. Erfahren Sie hier, wie diese Kombination gelingt.

»Das Werk zeigt, wie ein Strategieprozess gestaltet werden kann, der von Mitarbeitern mitgetragen wird und wirklich Resultate bringt!«

Markt und Mittelstand

»Ein Lehrbuch für Prozesskompetenz.«

changeX