

Schweizer Buchhandel

Ausgabe Nr. 6/2007 vom 14.06.2007
Seite: 23
Rubrik: Wirtschaft
Titel: Zehn Bücher, die Sie gelesen haben müssen.

Von

Fritz Kröger, Andrej Vizjak, Max Ringlstetter, *Wachsen in Nischen*, Wiley-VCH, Weinheim 2006

Wolf Ehrhardt, Hubert Buschmann, *Verkaufen mit Psychologie*, Wiley-VCH, Weinheim 2007

Zehn Bücher, die Sie gelesen haben müssen

Freie Preise – was nun? Wie soll sich der Buchhändler, bislang kein Crack in Sachen Marketing, Pricing und Strategic Management, im neuen Markt bewegen. Logo: Dafür gibts jede Menge Bücher.

Aber welche sind die richtigen, um sich auf die neuen Verhältnisse einzulesen? Rolf Dobelli, Mitbegründer des Dienstes getAbstract hat für den *Schweizer Buchhandel* exklusiv zehn Titel ausgewählt, die in den Bereichen CRM, Strategische Planung sowie Marketing und Verkauf Leaderprodukte sind. Die Abstracts, sonst nur gegen Bezahlung zu haben, hat Dobelli exklusiv für den Schweizer Buchhandel freigeschaltet – bis zum 15. Juli. Sie können die Zusammenfassungen unter folgender Adresse lesen: www.getabstract.com/buchhandel. Natürlich eignen sich die hier präsentierten Bücher nicht alle für Detailhandelsbetriebe ganz eigener Prägung, wie dies der Buchhandel nun einmal ist – aber warum soll er das Know-how zur Verbesserung seiner Marktleistung nicht aus eben jenen Produkten beziehen, mit denen er sich täglich umgibt? Im Wissen aber darum, dass nicht eben viele Lesende unserer Fachzeitschrift eine gut ausgebaute Warengruppe Wirtschaftsbücher pflegen, haben wir den Spezialisten in eben dieser Angelegenheit gebeten, ein Top-Ranking zusammenzustellen.

Rating-System als Lektürehilfe
Natürlich mögen einzelne Titel für die Lesenden zu theoretisch anmuten, aber noch immer stand die Theorie am Beginn jeglichen Handelns, das in der Praxis erprobt werden musste. Insofern sind diese Tipps auch als Anleitung zum Nachdenken zu lesen – und das hat bekanntlich noch nie grössere Schäden verur-

sacht. Auf der Website sind die Abstracts der unten gelisteten Bücher zu finden. Wenn Sie auf die Covers klicken, lassen sich die umfangreichen, über fünf Seiten sich erstreckenden Abstracts als PDF-File öffnen. Diese können Sie ausdrucken und in einer ruhigen Minute lesen. Als Lektürehilfe dient Ihnen dabei das Rating-System von eins bis zehn Punkte, das der Dienstleister für seine Abonnenten eingerichtet hat.

Spannende Lektüre wünscht für einmal
Carlo Bernasconi ■



Customer-Relationship-Management

Reinhold Rapp, Customer Relationship Management. Das neue Konzept zur Revolutionierung der Kundenbeziehungen, Campus, 2000, 243 Seiten
getAbstract-Rating: 8

■■■

Willy Schneider, Martin Kornmeier, Kundenzufriedenheit – Konzept, Messung, Management, Haupt, 2006, 309 Seiten.
getAbstract-Rating: 5

Strategische Planung

Hermann Simon, Frank F. Bilstein, Frank Luby, Der gewinnorientierte Manager – Abschied vom Marktanteilsdenken, Campus, 2006, 222 Seiten.
getAbstract-Rating: 9

Andreas Romppel, Competitive Intelligence – Konkurrenzanalyse

als Navigationssystem im Wettbewerb, Cornelsen, 2006, 255 Seiten
getAbstract-Rating: 9

■■■

Fritz Kröger, Andrej Vizjak, Max Ringlstetter, Wachsen in Nischen – 9 Strategien in der globalen Konsolidierung, Wiley-VCH, 2006, 173 Seiten
getAbstract-Rating: 9

■■■

Fred Reichheld und Franz-Josef Seidensticker, Die ultimative Frage, Hanser Verlag, 2006, 196 Seiten
getAbstract-Rating: 8

Marketing & Verkauf

Chris Anderson, The Long Tail – Der lange Schwanz, Hanser Verlag, 2007, 287 Seiten
getAbstract-Rating: 9

■■■

Klaus Eck, Corporate Blogs, Orell füssli, 2007, 191 Seiten
getAbstract-Rating: 8

■■■

Wolf Ehrhardt und Hubert Buschmann, Verkaufen mit Psychologie, Wiley-VCH, 2007, 245 Seiten
getAbstract-Rating: 8

■■■

Clotilde Rapaille, Der Kultur-Code, Riemann Verlag, 2006, 285 Seiten
getAbstract-Rating: 8

