



P U B L I C I S

Klaus Oestreicher

Strategische Kommunikation und Stakeholdermanagement

Struktur, Implementierung, Erfolgsfaktoren



**2010, 362 Seiten,
60 Abbildungen,
21 Tabellen, gebunden
ISBN 978-3-89578-358-6
€ 59,90 [D]**

Zielgruppen:

Manager und Mitarbeiter in Strategie- und Kommunikationsabteilungen, Marketing, Vertrieb und Werbung, Produktmanager, Leiter mittlerer und kleiner Unternehmen, Agenturen, Studenten und Dozenten

Fachgebiete:

Management, Marketing & Sales, Strategisches Marketing, Kommunikation u. Medienforschung, Öffentlichkeitsarbeit u. Werbung, Allg. Wirtschaft u. Management, Personalmanagement, Strategisches Management, Consulting

In Zeiten, in denen Marketing und Kommunikation immer weiter verschmelzen und immaterielle Unternehmenswerte permanent an Bedeutung gewinnen, geht es nicht mehr alleine darum, Kunden, Investoren und Mitarbeiter für sich zu gewinnen, sondern sämtliche Stakeholder eines Unternehmens: alle diejenigen, die von Unternehmensentscheidungen betroffen sind oder diese direkt oder indirekt beeinflussen können.

Dies ist Aufgabe der strategischen Kommunikation, einer noch jungen Disziplin. Sie koordiniert übergreifend die Organisation von Marketing und Kommunikation, reduziert Reibungsverluste und schafft Synergien, sorgt für ein positives Umfeld im Markt und erhöht den Unternehmenswert. Ziel der strategischen Kommunikation ist der Stakeholder als „Botschafter eines Unternehmens“.

Dieses Standardwerk richtet sich an alle Personen, die mit Marketing, Kommunikation und Unternehmensstrategie befasst sind:

- Mitarbeitern und Führungskräften von Unternehmen und Organisationen unterschiedlichster Größen und Branchen zeigt das Buch, wie sie durch strategische Kommunikation eine deutlich höhere Wertschöpfung erzielen können.
- Marketing- und Kommunikationspraktiker in Unternehmen und Agenturen, Lehrende und Studenten erhalten einen Überblick über Struktur, Organisation und Implementierung sowie die Erfolgsfaktoren der strategischen Kommunikation und des Stakeholdermanagements.

Marketingexperten müssen schnell in dieses Thema einsteigen, wenn sie den Zug in die Zukunft nicht verpassen wollen!





Richard Pircher (Hrsg.)

Wissensmanagement, Wissenstransfer, Wissensnetzwerke

Konzepte, Methoden und Erfahrungen

Dieses Buch fasst den heutigen Stand von Wissensmanagement praxisorientiert zusammen. Kompakte Beiträge bieten jeweils einen Überblick über die Themengebiete Wissensmanagement, Wissenstransfer, Wissenssicherung, effektives Auffinden von Wissen und Wissenscontrolling/Wissensbilanz. Dabei werden auch Querbeziehungen zu Qualitäts-, Prozess- und Projektmanagement, sozialen Netzwerken, Innovation und ethischem Management dargestellt und Aspekte wie das Überwinden von Hürden, erzielter Nutzen, Begleitmaßnahmen und Folgeschritte behandelt.

Das erste Buch, das Wissensmanagement der dritten Generation umfassend darstellt.

2010, 334 Seiten,
86 Abbildungen, gebunden
ISBN 978-3-89578-360-9
€ 34,90 [D]

Zielgruppen: Unternehmen, Hochschulen, Verwaltungen, Manager und Mitarbeiter in der Verwaltung, Personalmanager, IT-Manager, Controller, Leiter mittlerer und kleiner Unternehmen, Führungskräfte

Fachgebiete: Management, Innovations- und Kreativitätsmanagement, Organisations- und Managementtheorie, Controlling, Personalmanagement, Training und Personalentwicklung, Marketing und Vertrieb, Produktionssteuerung, Geistiges Eigentum und Lizenzen, Gemeinnützige Organisationen/Management und Führung, Netzwerke, MBA-Literatur



Günter Hofbauer, Claudia Helwig

Professionelles Vertriebsmanagement

Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht

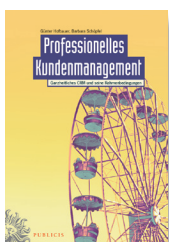
Dieses Buch stellt den Vertriebsprozess erstmals aus Anbieter- und Kundensicht dar und ermöglicht es so, die Prozesse optimal aufeinander abzustimmen. Es liefert wichtige Ansatzpunkte für ein profitables Customer Relationship Management und zeigt, wie Beziehungen zwischen den beiden Marktpartnern identifiziert, aufgebaut und für beide Seiten dauerhaft profitabel aufrechterhalten werden können. Die konsequente Prozessorientierung ermöglicht zudem höhere Effektivität und Effizienz in der Vertriebsarbeit. Für die 2. Auflage wurde das Buch wesentlich erweitert, abgerundet wird es durch ein ausführliches Kapitel zu Verhandlungsmanagement.

Neue Denkweisen für Vertriebs- und Beschaffungsmanager!

2., aktualis. u. erweiterte
Auflage, 2009, 516 Seiten,
154 Abbildungen,
118 Tabellen, gebunden
ISBN 978-3-89578-328-9
€ 59,90 [D]

Zielgruppen: Manager in Marketing, Einkauf, Vertrieb und Werbung, Produktmanager, Leiter mittlerer und kleiner Unternehmen, Agenturen, Studenten und Dozenten

Fachgebiete: Marketing und Vertrieb, Management, Werbung



Günter Hofbauer, Barbara Schöpfel

Professionelles Kundenmanagement

Ganzheitliches CRM und seine Rahmenbedingungen

Dieses Buch vermittelt dem Leser ein umfassendes Verständnis der kundenbezogenen Prozesse. Kompakt, leicht lesbar und verständlich stellt es die Grundlagen des kundenorientierten Beziehungsmanagements dar und zeigt, wie dieses in der betrieblichen Organisation verankert und mit anderen Aufgaben verknüpft ist. Dabei geht es auch auf die besonderen Problemfelder des Kundenmanagements ein und beschreibt entsprechende Lösungsmöglichkeiten und Vorgehensweisen. Außerdem gibt es wertvolle Hilfestellung zur Implementierung eines Kundenbeziehungsmanagements und zur Umsetzung praktischer Maßnahmen.

Vollständig, gut strukturiert, leicht lesbar!

2009, 383 Seiten,
100 Abbildungen,
89 Tabellen, gebunden
ISBN 978-3-89578-331-9
€ 49,90 [D]

Zielgruppen: Manager in Marketing, Einkauf, Vertrieb und Werbung, Vertriebsmitarbeiter, Mitarbeiter in Service, Call-Center und Beschwerdeabteilung, Leiter mittlerer und kleiner Unternehmen, Produktmanager, Studenten und Dozenten

Fachgebiete: Marketing und Vertrieb, Management, Werbung, Elektronischer Handel

Bestellschein/Order form

Bitte liefern Sie mir folgende Titel /
Please send me the following titles:

	978-3-89578-358-6	Strateg. Kommunik.
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title
	978-3-89578-360-9	Wissensmanagement
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title
	978-3-89578-328-9	Vertriebsmanagement
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title
	978-3-89578-331-9	Kundenmanagement
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title

Zahlungsweise/Terms of payment

- Bitte senden Sie mir eine Rechnung /
Please send an invoice
- Bitte belasten Sie meine Kreditkarte /
Please charge to my credit card
- dienstlich / business privat / private



gültig bis / valid until: (MMYY)

Kartennr. / Card No.

Name

Firma / Company

Abteilung / Department

Straße / Street

PLZ, Ort / Zip code, City

Telefon / Phone

E-Mail / e-mail

Datum, Unterschrift / Date, Signature

Vielen Dank für Ihre Bestellung. Bitte senden Sie Ihre Bestellung an Ihre Buchhandlung / Thank you for your order. Please send your order to your local bookseller

oder an:

Wiley, Postfach 10 11 61, D-69451 Weinheim

Tel. + 49 (0) 62 01-60 64 00

Fax + 49 (0) 62 01-60 61 84

E-Mail: service@wiley-vch.de

www.wiley-vch.de

or to:

Wiley, P.O. BOX 101161, D-69451 Weinheim,

Germany, Tel. + 49 (0) 62 01-60 64 00

Fax + 49 (0) 62 01-60 61 84

E-Mail: service@wiley-vch.de

www.wiley-vch.de

Alle Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer. Die Lieferung erfolgt zuzüglich Versandkosten. / In EU countries the local VAT is effective. Postage will be charged.