

Buchrezensionen



Frank Otto Dietrich, Ralf Schmidt-Bleeker:

Narrative Brand Planning

Wie Marken zu echten Helden werden

Springer, Berlin Heidelberg 2013,

132 Seiten, € 29,99 ISBN: 978-3-642-32919-7

Kernthese

Narrative Stilmittel und Inhalte müssen Werbung neu befeuern, um eine Markenpersönlichkeit mit Ecken und Kanten zu inszenieren.

Nutzen für die Praxis

Narrative Brand Planning ist ein Ansatz, der strategische Markenführung daran erinnert, worum es bei Marken geht: um Menschen und Geschichten.

Abstract

Eine Marke kann nur bestehen, wenn sie es schafft, sich selbst als spannende Geschichte zu konstruieren. Doch konventionelles Storytelling reicht dafür nicht mehr aus. Frank Otto Dietrich und Ralf Schmidt-Bleeker entwerfen mit Narrative Planning einen Ansatz, wie man im digitalen Zeitalter Relevanz für Geschäftsmodelle, für Markenstrategien und Markenkommunikation erzeugen kann. Klar wird: Es geht nicht darum, Geschichten zu erzählen, sondern darum, eine Geschichte zu sein. *Isabel Kiely*



Werner Pepels:

Käuferverhalten

Basiswissen für Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen

2. neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Erich Schmitt Verlag, Berlin 2013, 313 Seiten, € 19,95, ISBN 978-3-503-14415-0

Kernthese

Das Durchdringen der Zusammenhänge rund um Kaufentscheidungen ist einer der zentralen Erfolgsfaktoren für Unternehmen.

Nutzen für die Praxis

Praxisorientiert aufbereitet und anhand vieler anschaulicher Beispiele hilft Professor Werner Pepels zu verstehen, wie Käufer ticken.

Abstract

Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen sind ausgesprochen komplex.

Das Buch liefert Einblicke in die Grundlagen der Kaufentscheidung, alle wichtigen Aspekte des Konsumentenverhaltens sowie des Beschaffungsverhaltens von Organisationen und Behörden. Vertiefte Einsichten in das irrationale Verhalten des entscheidenden Markakteurs: Des Kunden. Mit umfangreichem Aufgaben- und Lösungsteil. *Isabel Kiely*



Ron Zemke, Kristin Anderson:

Umworfender Service

Die Bibel für den direkten Kundenkontakt

6. erweiterte und aktualisierte Auflage, Campus Verlag, Frankfurt a.M. /New York 2012, 247 Seiten, € 29,99, ISBN: 978-3-593-39732-0

Kernthese

Hervorragender Kundenservice übertrifft die Erwartungen des Kunden.

Nutzen für die Praxis

Der umfangreiche How-to-Guide für jeden, der Dienst am Kunden leistet.

Abstract

Guter Kundenservice ist wichtiger denn je zuvor und setzt sich aus verschiedenen Einzelaktionen zusammen, die für den Kunden wichtig sind. Unternehmen, die den Service in den Mittelpunkt stellen, sind erfolgreicher und wachsen schneller als ihre Konkurrenz. Die Autoren stellen die Eckpfeiler optimaler Kundenbetreuung wie Zuverlässigkeit, Reaktionsschnelligkeit und Einfühlungsvermögen ebenso vor wie die Todsünden im Kundenservice. Verständlich und humorvoll geschrieben und mit zahlreichen Praxisbeispielen und Cartoons untermalt. *Isabel Kiely*