

› Verkauf ‹

Praxishandbuch Vertrieb

Heiko van Eckert, 336 Seiten, 2005, gebunden, ISBN 3-589-23681-7, Cornelsen Verlag, Berlin, www.cornelsen-berufskompetenz.de, 36 €

Wie können Unternehmen ihre Vertriebsorganisation optimieren bzw. welche Vertriebsform ist am besten geeignet? Kernthema dieses Handbuches ist es, die Bedürfnisse und Probleme des Kunden zu kennen und zu analysieren, um ihm dann maßgeschneiderte Lösungen anbieten zu können. Es gilt, vertrieblich mit den Augen

des Kunden zu schauen („customers“).

Fazit: Kompaktes, umfassendes Basiswissen für Praktiker mit vielen Anregungen, Beispielen und Checklisten.



› Internet-Marketing ‹

Mehr verkaufen mit Ihrer Website

André Moritz, 371 Seiten, 2006, gebunden, ISBN 3-8158-2781-7, Data Becker, Düsseldorf (www.databecker.de), 39,95 €

Das Buch vermittelt dem Leser das Know-how, die Vorlieben und Bedürfnisse seiner (potenziellen) Kunden mit modernen Methoden zu ermitteln, sein Sortiment gezielt daran auszurichten und den Erfolg der Marketingmaßnahmen zu überprüfen: Welche Seiten und Angebote werden wie oft angeklickt oder heruntergeladen? Wie gelangen User auf die Homepage?



Gezeigt wird z. B., wie man die Website-Statistiken des Providers sowie die Analysemöglichkeiten aktueller Echtzeit-User-Tracking-Systeme nutzt. Ein

weiterer Schwerpunkt liegt auf den Möglichkeiten, der Umsetzung und der Erfolgskontrolle von Online-Werbemaßnahmen. In überschaubaren Workshops wird u. a. gezeigt, wie man kostengünstig den Bekanntheitsgrad der Website steigern kann.

› Basiswissen ‹

Energietechnik

Gernot H. Weber, 204 Seiten, 2005, ISBN 3-7880-7768-9, C. F. Müller Verlag, Heidelberg, www.huethig.de, 38 €

Im Sinne einer technisch-wissenschaftlichen Allgemeinbildung soll dieses Buch das Verständnis für energietechnische Zusammenhänge nahe bringen, um auch der heutigen Energiediskussion kritisch gegenüber zu stehen. Nach Einführung in die Grundlagen der technischen Thermodynamik bilden den Schwerpunkt des Buches die thermodynamischen Bewertungen der konventionellen, rationellen und regenerativen Energieumwandlungssysteme.

› Presse-Taschenbuch ‹

Energie 2006/2007

Vattenfall Europe (Hrsg.), 624 Seiten, DIN A6-Taschenbuchformat, ISBN 3-936797-17-X, Kroll Media Verlag (www.kroll-verlag.de), 29 Euro (zzgl. Versand)

Das Taschenbuch ist ein wichtiger Helfer, um sich mit Kommunikation in der Energieszene zu recht zu finden. Es enthält u. a. Infos zu 13 500 Personenkontakte mit allen wichtigen Kontaktdaten. Dazu gehören spezialisierte Journalisten, 500 Fachzeitschriften, Tagespresse, Funk und TV, über 1000 Energieunternehmen (Strom/Gas/Fernwärme) sowie mehr als 2500 konkrete Ansprechpartner aus dem Bereich der Energiewissenschaft und Forschung,

bei Behörden und staatlichen Einrichtungen sowie Kontakte zu Organisationen und Verbänden.

› Lern-CD ‹

Marketing im Handwerk

Das Lernprogramm „Marketing im Handwerk“ wurde gemeinsam mit dem Solarenergie Zentrum, Stuttgart, entwickelt. Die CD-ROM umfasst folgende Themengebiete: Analyse des Unternehmers und des Unternehmens, Marktanalyse, Ziele, Selbstorganisation, Leistungspalette, Preispolitik, Personalmanagement, Marktauftritt, Werbung, Kontrolle, Lernkontrolle Marketing. Zu Beginn jedes Themas werden Ihnen die Lernziele erläutert. Die einzelnen Themen werden anschaulich mit Grafiken, Bildern oder Tabellen dargestellt. Für weiterführende Infos und Erläuterungen steht Ihnen zu fast jedem Thema ein Audio-Text zur Verfügung. Der Audio-Text lässt sich auch als zusätzlichen Text anzeigen. Zur Vertiefung gibt es am Schluss der jeweiligen Themengebiete eine Zusammenfassung und Übungsfragen.



Preise: Einzelplatzlizenz 98 Euro; Schul- bzw. Firmenlizenz für 15 Arbeitsplätze: 351 bzw. 968 Euro.

Christiani

78464 Konstanz

Telefon (0 75 31) 58 01-26

Telefax (0 75 31) 58 01-85

www.christiani.de