

# Najaarsaanbieding 2016





Uitvoering: gebonden  
Omvang: 160 pagina's  
Auteur: Jos Burgers  
Formaat: 14 x 21 cm  
ISBN: 9789089653291  
ISBN e-boek: 9789089653307  
NUR: 801, 802  
Prijs: € 20,00  
Verschijnt: januari 2017

## Eén fan per dag!

Hoe overtreft je de verwachtingen van klanten?

Met 'gewoon' tevreden klanten schiet je weinig op. Wat je wilt, zijn fans. Want fans bevelen je aan bij anderen, zijn trouw en minder prijsgevoelig, denken graag met je mee en hebben het beste met je voor. Om van klanten fans te maken, moet je hun verwachtingen overtreffen. Dat klinkt misschien simpel, maar dat is het allesbehalve. Omdat het in veel organisaties geen dagelijkse gewoonte is.

In dit boek laat bestsellerauteur Jos Burgers op een prikkelende manier zien hoe je daar verandering in brengt. Aan de hand van herkenbare praktijkvoorbeelden beschrijft hij hoe je elke dag weer het verschil kunt maken in het contact met de klant. Niet door de bedrijfsvoering aan te passen, zoals vaak wordt gedacht, maar door ogenschijnlijk kleine dingen. Want als je iemands dag bijzonder weet te maken door een simpel gebaar, wat extra aandacht of een goed advies, heb je er gegarandeerd een fan bij!

- Het nieuwste boek van bestsellerauteur Jos Burgers, over de noodzaak om een waardevolle fanbase op te bouwen.
- Van zijn complete oeuvre zijn inmiddels meer dan 200.000 exemplaren verkocht.



**MEESTER  
VAN DE  
EYEOPENERS!**

*Over de auteur* Jos Burgers is auteur van bestsellers als *Klanten zijn eigenlijk nét mensen!*, *Hondenbrokken*, *No Budget Marketing*, *Geef nooit korting!*, *Gek op gaten* en *De Wet van Snuf*. Met meer dan 150 presentaties per jaar is hij een veelgevraagd spreker over onderwerpen als strategie, marketing en klantgerichtheid.



## HOE VERSLAAFD IS JOUW ORGANISATIE?



### Verslaafd aan organiseren

#### 8 sluipmoordenaars die verandering tegenhouden

Tenenkrommende strategiedagen, complexe verantwoordingsdocumenten, nutteloze vergaderingen. Organisaties zijn verslaafd. Niet aan drank of drugs, maar aan zinloze routines. Het bijbehorende gedrag leidt tot niets en kost ons veel energie. We kunnen er zelfs ziek van worden. Verslavingen nemen de werkelijkheid over, demotiveren en zetten prestaties onder druk. Diep van binnen weten we dit wel, en toch doen we er allemaal aan mee.

In dit boek behandelt Tjip de Jong acht dominante organisatieverslavingen, zoals tijdverslaving, functieverslaving, opstapelverslaving en machtverslaving. Waar komen deze sluipmoordenaars vandaan? Welke schade veroorzaken ze? Welke strategieën gebruiken organisaties om hun disfunctioneren te maskeren? En wat vraagt het om af te kicken? Je leest het in *Verslaafd aan organiseren!*

- Een nieuwe visie op het (dis)functioneren van organisaties.
- Over hoe verslavingen ons dagelijks werk steeds meer beheersen en daarmee verandering tegenhouden.
- Met zes manieren om als organisatie af te kicken.

Uitvoering: paperback  
Omvang: 180 pagina's  
Auteur: Tjip de Jong  
Twitter: @tjip  
Formaat: 15 x 23 cm  
ISBN: 9789089653444  
ISBN e-boek: 9789089653451  
NUR: 801  
Prijs: € 22,50  
Verschijnt: oktober 2016

*Over de auteur* Dr. Tjip de Jong is organisatieadviseur en wetenschapper. Hij bestudeert en adviseert mensen in organisaties die werk maken van vernieuwing en verandering. Eerder schreef hij de boeken *We presteerden nog lang en gelukkig* en *Spiekbrieftjes voor topmanagers*.





Uitvoering: paperback  
Omvang: 128 pagina's  
Auteur: Peter van Loevezijn  
Twitter: @pvloev  
Formaat: 11,5 x 16,5 cm  
ISBN: 9789089653482  
ISBN e-boek: 9789089653499  
NUR: 801/980  
Prijs: € 9,95  
Verschijnt: oktober 2016

## Laat je iPad voor je werken

Wil je je iPad slimmer gebruiken, zodat je tijd bespaart in vergaderingen, gesprekken en projecten? Dan is dit compacte boekje zeker iets voor jou! Peter van Loevezijn zet de belangrijkste zakelijke iPadactiviteiten op een rijtje. Hij laat zien hoe je:

- met minder papier je werk doet
- teksten leest en van aantekeningen voorziet
- notities maakt in allerlei vormen, zoals teksten, foto's, audiomateriaal en tekeningen
- teksten in Word schrijft en edit
- gezamenlijke acties bijhoudt

Hoe pak je het aan? Welke apps heb je ervoor nodig, en hoe werken ze? Wat moet je vooral wel en niet doen? Je leest het in *Laat je iPad voor je werken!*

- Focus op de meest gevraagde zakelijke iPadactiviteiten.
- Een boek waar je als professional direct de vruchten van plukt.
- Geschreven door de auteur van *Je iPad als mobiel kantoor* (meer dan 10.000 exemplaren verkocht).

**WE MAKEN HET  
ONZELF EEN STUK  
MAKKELIJKER ALS  
WE DE IPAD HET  
WERK LATEN DOEN**



*Over de auteur* De rode draad in alle activiteiten van Peter van Loevezijn is professionals (in organisaties) laten excelleren in werken en leren. Hij is auteur van succesvolle boeken als *Je iPad als mobiel kantoor* en *Wat is nu eigenlijk het probleem?*

# DE FEEL GOOD-FACTOR ALS ESSENTIËLE KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)



## De Feel Good-factor

Emotie = Business

In de huidige digitale economie wordt het gedrag van de organisatie en haar leiders steeds bepalender voor het succes van de business. Mensen eisen organisaties die eerlijk, transparant en duurzaam ondernemen. Dat geldt niet alleen voor de klanten, maar ook voor de mensen die er werken. Daarmee is feel good niet een zaak van de HR- of marketingafdeling alleen, het gaat dwars door het hele bedrijf heen, het is een integrale visie op bedrijfsvoering.

Met *De feel good-factor* propageert Esther Sluijs dat we *feel good* moeten zien als een nieuw KPI die aangeeft hoe succesvol een bedrijf is. Bedrijven met een grote emotionele connectie scoren op alle fronten beter: meer winst, innovatiever en een hoge tevredenheidsscore bij klanten en medewerkers.

Als steeds meer bedrijven zinvol bezig willen zijn, waarom is emotie in business dan nog steeds een taboe?

- Voor iedereen die het aandurft contact te leggen met zijn eigen emoties en de emoties van anderen.
- Theorie, interessante cases en tools maken dit boek direct praktisch toepasbaar.
- Neemt emotie als uitgangspunt voor business succes én waarde creatie.

Uitvoering: paperback  
Omvang: 180 pagina's  
Auteur: Esther Sluijs  
Twitter: @EstherSluijs  
Formaat: 15 x 23 cm  
ISBN: 9789089653420  
ISBN e-boek: 9789089653437  
NUR: 801  
Prijs: € 22,50  
Verschijnt: november 2016

*Over de auteur* Esther Sluijs is expert op het gebied van marketing, gedragspsychologie en verandermanagement. Na een internationale carrière in strategische marketingrollen is ze werkzaam als zelfstandig adviseur en coach. Ook is ze een veel gevraagde sparringpartner.



## ENGAGE!

### Reisgids voor veranderavonturen

Dat organisatieverandering een doelgericht en georganiseerd proces is, is een ouderwetse gedachte. Want als uitdagingen roepen om veranderingen binnen je bedrijf, kun je vaak niet meer terugvallen op vaststaande plannen en voornemens. De nadruk komt dan te liggen op de juiste mentaliteit: het enthousiast aangaan van een spannend veranderavontuur met kans op flinke turbulentie.

*Engage!* is een reisgids voor *change agents* en biedt hulp en bemoediging bij het aangaan en volhouden van veranderavonturen. De nadruk ligt hierbij op verbinden en 'leren te leren'. De auteurs nemen je mee op een enerverende reis ondersteund door sprankelende illustraties en inspirerende praktijkvoorbeelden. Zo bieden zij inzicht in de benodigde houding en behulpzame gedragingen om het schip en zijn bemanning op koers te houden, zwarte gaten te ontwijken en nieuwe werelden te ontdekken.

Uitvoering: paperback  
Omvang: 160 pagina's  
Auteurs: Woody van Olffen  
Raymond Maas  
Wouter Visser  
Twitter: @VanolffenW, @raym3107  
Formaat: 19,5 x 24,5 cm  
ISBN: 9789089653406  
NUR: 801  
Prijs: € 24,95  
Verschijnt: oktober 2016

- Een praktische en toegankelijke gids met tools om zelf aan de slag te gaan.
- Met een Change Canvas om je eigen avontuur te starten.
- Vol inspirerende praktijkvoorbeelden en sprankelende illustraties.

# To boldly go where no one has gone before!



*Over de auteurs* Woody van Olffen is hoogleraar Organisatieverandering en –ontwikkeling aan *TIAS School for Business and Society* van Tilburg University. Raymond Maas is managing partner van AMI Consultancy. Wouter Visser is senior consultant bij AMI Consultancy en als associate partner verbonden aan de Service Science Factory.



# GAMIFICATION IS THE FUTURE

## Verandermanagement met gamification



## Verandermanagement met gamification

### Hoe games motivatie vergroten en verandering versterken

Organisaties vinden het lastig om continue verbetering systematisch in te bedden in hun organisatie. Kernpunt van succesvol veranderen is medewerkers actief en op een leuke manier te betrekken én in beweging te brengen. Via games kan de *Learning Agility* van medewerkers worden ontwikkeld om klaar te zijn voor een omgeving die voortdurend verandert.

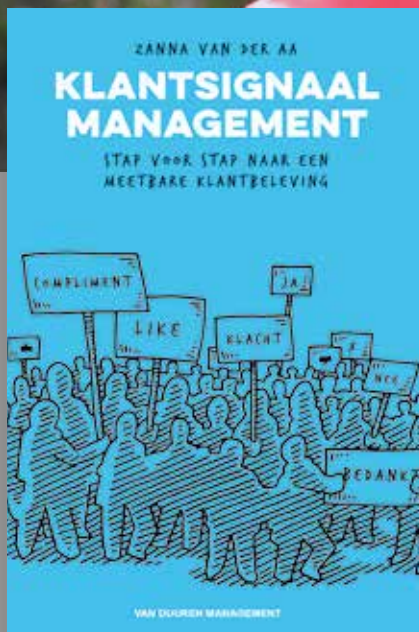
Dit boek onthult hoe organisaties games kunnen gebruiken om processen te optimaliseren en medewerkers te motiveren tot bovengemiddelde prestaties. Centraal staat het *Game-Plan* waarin wordt uitgelegd hoe gemeenschappelijke doelen mensen op het zakelijk speelveld kunnen verbinden. Dit gebeurt rondom de vier belangrijkste processen: het bedenken, maken, verkopen en verbeteren van producten. Besproken wordt hoe een organisatie met de *progressie-loop* de hoofdprocessen op de juiste wijze inricht en optimaliseert. Zo kunnen organisaties continue vooruitgang structureel inbedden in hun organisatie.

- Met cases van serious games van (internationale) opdrachtgevers die bewezen progressie hebben opgeleverd.
- Inclusief een eenvoudig op te volgen *Game-Plan*.
- Van dé grondlegger van gamification in Europa.

Uitvoering: paperback  
Omvang: 180 pagina's  
Auteur: Bart Hufen  
Twitter: @BartHufen  
Formaat: 17 x 24 cm  
ISBN: 9789089653529  
ISBN e-boek: 9789089653536  
NUR: 801  
Prijs: € 24,95  
Verschijnt: oktober 2016

**Over de auteur** Bart Hufen is technisch bedrijfskundig ingenieur en heeft een master in brand management. Vanuit zijn bedrijf BrandNewGame bv ontwikkelt hij gamification-projecten voor diverse (internationale) opdrachtgevers. Daarnaast verzorgt hij sinds 2009 publicaties en presentaties over gamification in binnen- en buitenland.

# KLANTBELEVING ALS MOTOR VAN BEDRIJFSVOERING



## Klantsignaalmanagement

### Stap voor stap naar een meetbare klantbeleving

Elk bedrijf heeft te maken met signalen van klanten, van tevredenheidsonderzoeken, e-mails en telefoontjes tot en met boze uitingen op de sociale media. Meestal worden die geregistreerd, vervolgens wordt er een lijst opgesteld met verbeteracties en daarna ... tja, daarna lopen bedrijven vaak vast. Welke verbeteracties moeten als eerst opgepakt worden? Welke acties leiden tot het meeste resultaat? En hoe toon je aan dat klantbeleving geld oplevert voor de organisatie?

Dit zijn de kernvraagstukken voor klantsignaalmanagement: een methodiek die klantbeleving bestuurbaar maakt op klanttevredenheid én op kosten.

In *Klantsignaalmanagement* loodst Zanna van der Aa je door alle stappen die nodig zijn om klantbeleving succesvol op de kaart te zetten. Kernpunt van het succes van haar methode is meetbaar resultaat en daarmee het financieel zichtbaar maken van de voordelen voor de organisatie.

Uitvoering: paperback  
Omvang: 200 pagina's  
Auteur: Zanna van der Aa  
Twitter: @KSMfabriek  
Formaat: 15 x 23 cm  
ISBN: 9789089653376  
ISBN e-boek: 9789089653383  
NUR: 801  
Prijs: € 24,95  
Verschijnt: oktober 2016

- Klantsignaalmanagement, de ontbrekende factor in het vakgebied over klantbeleving.
- Sterke combinatie van theoretische onderbouwing en pragmatische toepassing.
- Biedt inspiratie door praktijkcases, tips en trucs en lessons learned.

*Over de auteur* Dr. Zanna van der Aa is oprichter van KSM fabriek, waar ze al meer dan 15 jaar vernieuwende methoden op het gebied van klantgerichtheid ontwikkeld.





## De marketingorganisatie van de toekomst

De ontwikkelingen in het marketingvak lijken sneller te gaan dan het licht. Duizenden commercieel verantwoordelijken worden dagelijks uitgedaagd om nieuwe trends te vertalen naar hun eigen organisatie. Dat roept allerlei vragen op. Welke competenties moeten we in huis halen om relevant te zijn en blijven, om de klant optimaal te bedienen en betrekken, via al die kanalen en netwerken? Welke nieuwe rollen brengt dat met zich mee? En hoe organiseren we dat nou optimaal met de mensen en middelen die we hebben, zodat de organisatie als geheel markt- en klantgericht presteert?

Er bestaan enorm veel marketingboeken met mooie theorieën en modellen, met nieuwe invalshoeken over hoe je merken en klantrelaties kunt managen. Maar er zijn vrijwel geen boeken over hoe je marketing binnen de organisatie integraal organiseert. Daarom is dit boek een must voor wie wil scoren met de marketingorganisatie van morgen!

Uitvoering: paperback  
Omvang: 200 pagina's  
Auteur: Rob Beltman  
Twitter: @rbeltman  
Formaat: 15 x 23 cm  
ISBN: 9789089653468  
ISBN e-boek: 9789089653475  
NUR: 801, 802  
Prijs: € 24,95  
Verschijnt: november 2016

- Een brede, moderne benadering van de marketingfunctie: ver voorbij het klassieke MarCom.
- Over de rol en bijdrage van marketing in de organisatie van de toekomst.
- Boordevol interviews, cases en checklists om direct aan de slag te gaan.



**SCOREN MET DE  
MARKETINGORGANISATIE  
VAN MORGEN!**

*Over de auteur* Rob Beltman is al meer dan vijftien jaar actief in het marketingvak, als adviseur, begeleider, docent en onderzoeker. Hij heeft inmiddels honderden organisaties begeleid bij marketingvraagstukken. Rob richtte in 2014 H3ROES op, een coöperatie van professionals uit diverse disciplines die samenwerken om Nederland klantgerichter te maken.

# THE WAY WE SEE THE PROBLEM, IS THE PROBLEM



2<sup>e</sup>  
DRUK



## Wat is nu eigenlijk het probleem? Een krachtige en overtuigende adviesaanpak

Als adviseur wil je maar één ding: dat een interne of externe klant het door jou uitgebrachte advies met overtuiging overneemt. Maar veel adviezen worden niet of onvoldoende onderbouwd. En zonder een goede onderbouwing zien klanten niet in waarom een advies waardevol is en waarom ze het zouden moeten overnemen. Alleen goed onderbouwde adviezen hebben overtuigingskracht en daarmee kans van slagen. Maar hoe pak je dat aan?

In dit boek vind je een succesvolle adviesaanpak, gebaseerd op twee beproefde modellen: PROA en OPR. PROA staat voor Probleem, Risico, Oorzaak en Advies, en is bedoeld om een logische redenering van probleem naar advies te presenteren. OPR staat voor Oorzaak, Probleem en Risico, en heeft tot doel de juiste oorzaak voor de PROA te analyseren. Daarmee heb je een krachtig middel in handen om klanten voor je te winnen.

Uitvoering: paperback  
Omvang: 100 pagina's  
Auteur: Peter van Loevezijn  
Twitter: @pvloev  
Formaat: 14 x 21 cm  
ISBN: 9789089653505  
ISBN e-boek: 9789089653512  
NUR: 801  
Prijs: € 17,50  
Verschijnt: oktober 2016

- Een bewezen adviesaanpak aan de hand van twee logische en praktische modellen.
- Veel voorbeelden van slecht en goed onderbouwde adviezen.
- Bedoeld voor elke adviseur die met beter onderbouwde adviezen meer succes wil behalen.

**Over de auteur** Peter van Loevezijn is partner bij Kriton Learning en de rode draad in al zijn activiteiten is professionals (in organisaties) laten excelleren in werken en leren. Hij is ook de auteur van hét iPadboek voor zakelijke professionals: *Je iPad als mobiel kantoor. Slim (samen)werken waar je ook bent.*