

Najaarsaanbieding 2017



EEN NIEUWE WERELD VOL OPWINDENDE EVOLUTIES IS KLAAR OM ONTDEKT TE WORDEN.

STEVE VANSLYPE, MANAGER
MARKETING & COMMUNICATION VANS,
MERCEDES-BENZ



Uitvoering: paperback, oblong
Omvang: 224 pagina's
Auteur: Van Belleghem
Twitter: @StevenVBe
Formaat: 24 x 19,8 cm
ISBN: 9789082542240
NUR: 802
Prijs: € 29,99
Verschijnt: oktober 2017

Customers the day after tomorrow

Het klanten winnen in een wereld van AI, bots en automatisering

De derde fase van digitalisering is gestart. Een fase van artificiële intelligentie die de aankoopcyclus van klanten op zijn kop zet: een revolutie in het verzamelen van informatie, het aankopen ervan en de customer service.

Dit nieuwe boek neemt je mee op een reis door deze nieuwe fase van digitalisering. Het gaat over de impact van *Internet of Things*, virtuele assistenten, bots en data op de klantenrelatie. Maar in de eerste plaats gaat dit boek over klanten. Want de hamvraag blijft: hoe kan je klantgericht zijn in een wereld van automatisering?

- Van de auteur van *The conversation manager*, *The conversation company* en *When digital becomes human*.
- Met een hoofdstuk door Peter Hinssen, auteur van *The day after tomorrow*.

Over de auteur Steven van Belleghem is een expert in klantgerichtheid in een digitale wereld. Hij is een populaire spreker in binnen- en buitenland. Steven is tevens ondernemer. Hij is partner van consultancybedrijf Nexxworks, co-founder van Zembro en van het contentcreatiebureau Snackbytes.

CO₂NTENT BEPAALT DE CONCURRENTIEKRACHT VAN JE BEDRIJF.



FOTO: JOCHEM EERDEN



CO₂ntent!

Zuurstof voor je klanten

Potentiële klanten grijpen steeds vaker naar websites, blogs en social media, op zoek naar informatie over je producten en diensten. Met relevante en *engaging* content til je jouw bedrijf naar een hoger plan. Veel organisaties 'doen maar wat' als het hierop aankomt. Dat is nu verleden tijd! *Co₂ntent!* zorgt voor structuur, inzicht en resultaat. *Co₂ntent* is onmisbare zuurstof voor organisaties.

Met dit boek biedt Antal de Waij alle componenten om je eigen content-strategie te ontwikkelen. Op welke manier maak je jouw bedrijf meer bekend? Hoe vaak moet je eigenlijk bloggen? Hoe genereer je leads in een online omgeving? Hoe verbeter je klantloyaliteit met LinkedIn? Hoe leid je socialemediavolgers richting de website van je b2b- of b2c-organisatie? *Co₂ntent!* geeft antwoord op deze en andere vragen. Het helpt je in kaart brengen van je strategie en het maken van tactische keuzes.

- Een *unieke* praktijkgerichte aanpak waarmee je direct aan de slag kunt.
- Voor iedereen die zoekt naar *succesvolle* content.
- Inclusief praktische cases en interviews met professionals.

Uitvoering: flexcover, full colour
Omvang: 250 pagina's
Auteur: De Waij
Twitter: @antaldewaij
Formaat: 17 x 24 cm
ISBN: 9789089653888
NUR: 802
Prijs: € 29,99
Verschijnt: november 2017

Over de auteur Antal de Waij heeft met zijn contentmarketingbedrijf Engagement Media talloze klanten geholpen met strategie en implementatie van content. Hij deelt zijn ervaringen in dit boek en weet haarfijn het kaf van het koren te scheiden. Hij doceert Contentmarketing, Sociale Media en Digitale Strategie aan diverse gerenommeerde opleidingsinstituten.

THINK BIG, START SMALL. SETH GODIN



Groot denken

Kansen grijpen die anderen niet zien

Succesvol zijn betekent mogelijkheden zien en kansen benutten. Ook in een markt die grillig en paradoxaal is. Toch blijkt dit vaak lastig. Niet omdat het ons ontbreekt aan kennis en ervaring, maar omdat we verleerd zijn om buiten de kaders te denken. Om vraagstukken op een creatieve manier te benaderen, met een open geest en met de nodige verbeeldingskracht en vindingrijkheid. Kortom, om groot te denken.

Dit boek bewijst dat groot denken geen toevalstreffer is, maar een routine die je kunt ontwikkelen. Daar hoeft je niets voor te leren. Je moet alleen bereid zijn om bestaande denkpatronen die niet langer werken los te laten. *Groot denken* helpt je om je blinde vlekken in kaart te brengen en de kwaliteiten die je van jongs af aan in huis hebt opnieuw aan te boren. Zodat je in staat bent om kansen te grijpen die anderen over het hoofd zien.

Uitvoering: paperback
Omvang: 180 pagina's
Auteur: Wagenaar
Twitter: @adriaanwagenaar
Formaat: 15 x 23 cm
ISBN: 9789089653826
E-boek: 9789089653833
NUR: 801
Prijs: € 22,99
Verschijnt: oktober 2017

- Boordevol inspirerende tips en technieken om groot te denken.
- Voor leiders, managers en professionals die creatieve oplossingen voor lastige vraagstukken willen vinden.

Over de auteur Adriaan Wagenaar is doorbraakexpert, creatief adviseur en professioneel spreker. Hij helpt organisaties in binnen- en buitenland om meer creativiteit, leiderschap en bezieling te ontwikkelen. In zijn werk laat hij professionals op een nieuwe manier naar lastige vraagstukken kijken: door de ogen van kinderen.

DE KLIK TUSSEN
DE KLANT EN DE
MEDEWERKERS IS
VAAK BELANGRIJKER
DAN DE DIRECTIE
DENKT.



Uitvoering: paperback
Omvang: 160 pagina's
Auteur: Garritsen
Twitter: @KarinGarritsen
Formaat: 15 x 23 cm
ISBN: 9789089653840
E-boek: 9789089653857
NUR: 801
Prijs: € 22,99
Verschijnt: november 2017

Waarom je klant, jouw klant is Contentmarketing vanuit je zakelijke DNA

Contentmarketing is essentieel voor organisaties om hun doelgroepen te bereiken. Toch zie je vaak dat een strategie en een goede basis ontbreken. Hoewel er enthousiast gestart wordt, komt er na verloop van tijd weinig content uit de organisatie. Successen blijven dan ook uit. Hoe kom je erachter aan welke content je klanten behoefte hebben? Of nog belangrijker: waarom je klanten ooit klanten werden?

Start met het vaststellen van je unieke DNA. Wat maakt jouw organisatie tot een succes? Welke unieke producten of diensten bied jij aan?

Dit boek biedt een concrete aanpak om samen met medewerkers en klanten te onderzoeken wat jouw unieke DNA is. Door middel van de CODENA-methode leer je de kern van je DNA vast te stellen en die te vertalen naar een concrete contentstrategie en -planning.

- Voor communicatie- en marketingprofessionals én HBO-studenten.
- Met de CODENA-methode leer je de kern van je DNA te vast te stellen en die te vertalen naar een content strategie en -planning.

Over de auteur Karin Garritsen is mede-eigenaar van marketingadviesbureau Contentvisie. Tevens is zij hoofddocent Online Communicatie aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN). Vanuit haar praktijk ontwikkelde ze de CODENA-methode om het DNA van organisaties in kaart te brengen. Ze heeft de methode met succes bij meer dan honderd bedrijven toegepast.

Houston, we have a problem.



Gelukkig veranderen

Net als in de film...

Onze wereld wordt steeds dynamischer en complexer. Dit vraagt veel van het verandervermogen van mensen en organisaties. Vanuit zijn ervaring met veranderprocessen bij de overheid onderscheidt Pieter Frijns vier componenten waar het bij veranderprocessen om draait: inhoud, procedures, relaties en de cultuur van de organisatie. Met name voor de menselijke component is te weinig oog, en dat is precies waar het succes van de verandering in schuilt.

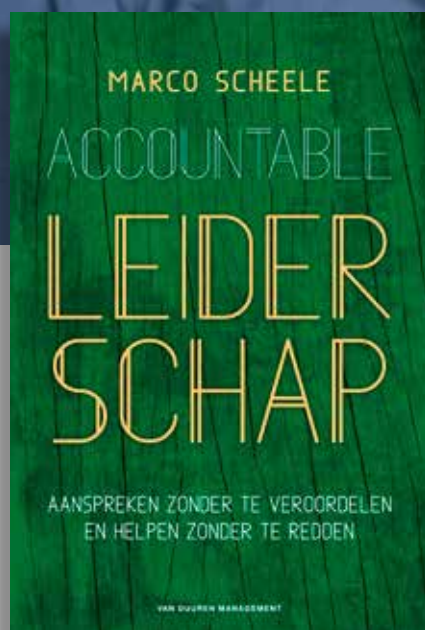
We vinden het vaak moeilijk om adequaat met gedrags- en culturele aspecten om te gaan of die bespreekbaar te maken. In deze tijd van beeldtaal zijn filmfragmenten een heel bruikbare manier om er met elkaar in gesprek te gaan. Filmfragmenten bieden namelijk een startpunt voor het bespreken van lastige situaties of gedrag, maar ze zijn ook heel goed bruikbaar voor de reflectie op eigen handelen en dat van collega's.

Uitvoering: gebonden
 Omvang: 160 pagina's
 Auteur: Frijns, Dols, Koole,
 Van Leeuwen
 Twitter: @PieterFrijns
 Formaat: 15 x 23 cm
 ISBN: 9789089653802
 E-boek: 9789089653819
 NUR: 801
 Prijs: € 24,99
 Verschijnt: november 2017

- Op basis van ervaringen opgedaan met de Gateway-methode, het model om veranderprocessen bij de overheid in een vroegtijdig stadium in kaart te brengen.
- Inclusief toolkit met bruikbare filmfragmenten.
- Met co-auteur Rozemarijn Dols, succesauteur van o.a. *60 werkvormen voor creatieve sessies*, *Professionele loopbaancoaching* en *De coach als regisseur*.

Over de auteurs Pieter Frijns is hoofd van Bureau Gateway van het Ministerie van Binnenlandse Zaken, verantwoordelijke voor de Gateway Reviews die worden uitgevoerd bij hoogrisico programma's en projecten. **Rozemarijn Dols** is psycholoog, coach en adviseur en houdt zich o.a. bezig met het gebruik van filmfragmenten bij leiderschapsvraagstukken. **Roos Koole** en **Fons van Leeuwen** zijn beiden zeer nauw betrokken bij (verander)programma's bij Bureau Gateway.

WAAR ORGANISATIE-
EN EIGENBELANG
ELKAAR ONTMOETEN.



Uitvoering: paperback met steunkleur
Omvang: 200 pagina's
Auteur: Scheele
Twitter: @rainmengroup
Formaat: 15 x 23 cm
ISBN: 9789089653901
E-boek: 9789089653918
NUR: 801
Prijs: € 24,99
Verschijnt: oktober 2017

Accountable leiderschap

Aanspreken zonder te veroordelen en helpen
zonder te redden

Kansen en bedreigingen denderen op onze organisaties af. We moeten agile managen en ondernemen om mee te kunnen in deze complexe en dynamische wereld. Dat vraagt een andere manier van denken en doen van managers én medewerkers. Eigenaarschap nemen voor eigen en elkaars succes is wat we nodig hebben, persoonlijke verantwoordelijkheid leidt tot initiatief, betekenisvol bijdragen en daarmee positieve invloed op werk én resultaat.

Hoe spoor je mensen aan om 100% verantwoordelijkheid te tonen? Dat ze niet alleen 'gewoon' hun werk doen maar net een stap extra zetten – en zo het verschil maken? *Accountable leiderschap* is dé manier om samen met je collega's te dealen met een onzekere toekomst. Tegenslagen positief te incasseren en krachtig te anticiperen op onverwachte situaties. Leer om samen met je teamgenoten helder in het moment te zijn. Potentiele problemen vroegtijdig te signaleren. Starre denkpatronen te doorbreken. Negatieve emoties gezond te maken en contraproductieve gedragspatronen te vervangen door resultaatgericht gedrag.

- Gegarandeerde meetbare en duurzame resultaten in leiderschap.
- Voor leiders op elk niveau, met het vermogen, de bereidwilligheid en moed om wendbaar en connected te blijven in een continue veranderende wereld.

Over de auteur Marco Scheele geeft leiding aan Rainmen Group en werkt als executive coach, leiderschapstrainer en gastspreker voor vele (inter)nationale organisaties. Hij bezit het talent om complexiteit terug te brengen tot de simpele kern. Mensen op een veilige en oncomfortabele manier raken. En met humor naar onszelf te kijken.

IS ER LEVEN NA DE DOOD VAN DE TRADITIONELE WINKELS?



The future of shopping

Waar iedereen retailer is

Traditionele retail is dood. Economische, demografische en vooral technologische ontwikkelingen hebben hem overbodig gemaakt. Vanouds was het de rol van de winkelier om producten, die ze in grote hoeveelheden aankochten, dichtbij de mensen te brengen. Het internet heeft die functie vrijwel overgenomen. Zo kan iedereen vandaag de dag een winkel openen; niet alleen fabrikanten die hun koopwaar rechtstreeks aan de man willen brengen, maar ook consumenten zelf. Zij zoeken wereldwijd naar producten die ze via platformen van Alibaba of via socialemediakanalen meteen weer kunnen aanbieden.

The future of shopping brengt deze nieuwe trends en evoluties in kaart, geeft inzicht in de processen die hen sturen en toont je hoe je jouw merk aan kunt passen aan de klanten van vandaag en morgen.

Uitvoering: paperback, full colour
Omvang: 240 pagina's
Auteur: Snoeck
Twitter: @captainofretail
Formaat: 17 x 24 cm
ISBN: 9789082542271
NUR: 802
Prijs: € 29,99
Verschijnt: november 2017

- Geeft inzicht in de nieuwe consument en hoe je hem kunt bereiken.
- Gebaseerd op uitgebreid onderzoek.
- Biedt inspiratie voor zowel online- als offline shopping.

Over de auteur Jorg Snoeck is expert op het gebied van detailhandel. Hij is oprichter van Retail Detail en de drijvende kracht achter The loop, een simulatie van het nieuwe winkelen. Daarnaast treedt hij regelmatig op als keynote speaker op conferenties over de hele wereld.

INNOVATIE IS NOODZAKELIJK MAAR WEL MET DE JUISTE TOOLS!



Het Groot Innovatie Modellenboek

45 innovatiemodellen voor het versterken van
ondernemerschap bij bedrijfsleven en overheid

In een markt die volop in beweging is, is innovatie op alle fronten nodig: producten en diensten, organisatie en processen, talenten van medewerkers, samenwerking in de keten, nieuw leiderschap en co-creatie. In de hoeveelheid aan literatuur over innovatie komen evenzoveel benaderingen aan bod en allemaal hebben ze zeggenschap op hun eigen gebied.

In dit *Groot Innovatie Modellenboek* vatten Frank Kwakman en Ruud Smeulders innovatie op als een verlengstuk van ondernemerschap. De innovatiemodellen in dit boek bieden handreikingen om in deze markt aansluiting te vinden op nieuwe vragen en behoeften van consumenten en bedrijven. Er wordt niet alleen aandacht besteed aan productinnovatie, maar ook aan het ontwikkelen van nieuwe diensten en dienstverlening. Aan de hand van zes categorieën worden verschillende modellen en instrumenten gepresenteerd, waaronder Strategie & innovatie, Kansen & klanten en Projecten & resultaten.

- Inclusief 5 nieuwe modellen waaronder het Voort-model van Gijs van Wulfen, winnaar van het Managementboek van het jaar 2017 met *Het innovatiedoolhof*.
- Tweede uitgebreide editie, nu in paperback.
- Geschreven voor en door ondernemende professionals binnen bedrijfsleven, overheid en sectoren als zorg en onderwijs.

Uitvoering: paperback
Omvang: 320 pagina's
Auteur: Kwakman & Smeulders (red.)
Twitter: @ruudsmeulders
@frankkwakman
Formaat: 17 x 24 cm
ISBN: 9789089653864
NUR: 801
Prijs: € 25,00
Verschijnt: oktober 2017

Over de auteurs Frank Kwakman is ondernemer, hoogleraar aan Nyenrode Business Universiteit en expert op het gebied van professionele dienstverlening.

Ruud Smeulders is innovatiemanager en ondernemer. Hij is gespecialiseerd in trendwaching, toekomstverkenning, idee- en conceptontwikkeling en innovatie van digitale diensten. Hij schreef o.a. het boek *365x morgen*.