



VOOR
PROFESSIONALS
DOOR
PROFESSIONALS



”

STOP MET DIE
BRAVE VANILLE-
TEKSTEN EN GA
ENTERTAINEN.

DOOR DE AUTEUR VAN
HET BESTVERKOCHTE
MANAGEMENTBOEK
VAN HET JAAR



AARTJAN VAN ERKEL NUMMER 1

Zo word je de bekendste naam in je markt en krijg je klanten voor het leven

Een manier om meer naamsbekendheid te krijgen is tips geven in je marketing. Daarom delen veel ondernemers gratis hun kennis op internet.

Maar wacht eens. Wie verdienen er nou meer: *teachers* of *entertainers*? Je leraar Duits van vroeger, of Beyoncé? Entertainers zijn populairder, en ze hebben een hogere status. Dat weet je allang. Maar waarom gebruik je het dan niet in je marketing? Wanneer je artikelen, advertenties en nieuwsbrieven entertaining zijn, zullen klanten geen genoeg van je kunnen krijgen. Dus: Stop met *teachen*, en begin met *teasen*!

In dit boek laat Aartjan van Erkel zien hoe je een superster wordt in jouw markt met onorthodoxe marketing:

- hoe je kapt met brave marketing waardoor klanten geuwend afhaken
 - hoe je nieuwsbrieven schrijft die je klanten hilarisch vinden maar die je concurrenten niet durven te schrijven
 - hoe je klanten charmeert tot op het bot door meer *personality* in je copywriting te leggen
 - hoe je een sterrenstatus creëert met een minimaal marketingbudget
 - hoe je boeken, trainingen en andere content verslavend maakt
 - hoe je geen klanten meer krijgt, maar volgelingen.
- **Aartjan van Erkel is een absolute bestsellerauteur.**
 - **Nummer 1 geeft een volstrekt nieuwe visie op marketing.**
 - **Aartjan ‘verkoopt’ ook zichzelf heel goed. Publiciteit gegarandeerd.**

JANUARI '22
€ 23,99



Aartjan van Erkel is de beruchtste copywriter van Nederland. Hij is auteur van *Maak ze gek!*, het bestverkochte managementboek van het jaar, en van de bestseller *Verleiden op internet*. Duizenden ondernemers lezen zijn politiek incorrecte marketing-mails die alle regeltjes van marketing-'experts' overtreden.

Uitvoering	hardcover
Omvang	176 pagina's
Auteur	Aartjan van Erkel
Formaat	15 x 23 cm
ISBN	978 90 8965 612 4
NUR	802
Thema	KJS, KJSG
Prijs	23,99
Verschijnt	januari 2022

ABSOLUTE BESTSELLERAUTEUR

Van de eerste twee boeken van Aartjan van Erkel zijn inmiddels meer dan 25.000 exemplaren verkocht: *Verleiden op internet* (2011) en *Maak ze gek!* (2016). *Maak ze gek!* was in dat jaar zelfs het bestverkochte managementboek. Dat maakt Aartjan van Erkel een van de bestverkopende business-auteurs van Nederland. *Nummer 1* is zijn langverwachte nieuwe boek.

BOEKMARKETING- EXPERT

Als high-end marketing-expert heeft Aartjan van Erkel duizenden ondernemers opgeleid om de bekendste naam in hun markt te worden. Veel ambitieuze auteurs van zakelijke non-fictie boeken volgden onder andere zijn online training *BusinessBoek Bestseller*, waarin zij leren hoe ze een zakelijk boek moeten uitbrengen dat extreem opvalt en verkoopt als een gek. De training heeft al tientallen bestsellers voortgebracht.



Verleiden op internet

ISBN: 978 90 8965 072 6

Prijs: 21,99



Maak ze gek!

ISBN: 978 90 8965 334 5

Prijs: 22,99



CULTURE EATS
STRATEGY FOR
BREAKFAST.

PETER DRÜCKER



MAAIKE THIECKE

CULTUURDINGETJE, HÈ

Hoe je de oude organisatiecultuur uit de vloerbedekking krijgt. En de nieuwe erin.

Natuurlijk wil je ervan af, van de huidige organisatiecultuur die echte veranderingen in de weg staat. De angstcultuur waardoor het bloed uit de muren loopt. De familiecultuur die je organisatie 'zo gezellig' maakt, maar stug aan de rand van de afgrond houdt. De organisatiecultuur waardoor je steeds beschamend slecht in de pers komt. Maar van je 'giftige' organisatiecultuur afkomen lukt zelden. Sterker nog: werk je je de blubber om die oude cultuur de deur uit te werken, wordt het juist alleen maar erger...!

Ja, cultuur zit in de vloerbedekking. Maar het goede nieuws: die kan er echt uit. Dáár is dit boek voor bedoeld: bestsellerauteur Maaïke Thiecke biedt jou een hart onder de riem met een luid en duidelijk systemisch perspectief op cultuurverandering. Ze laat je zien hoe je de potentie van je organisatie tevoorschijn tovert die nu volkomen

onzichtbaar is onder de oude, versleten vloerbedekking. *Cultuurdinjetje, hè* toont waarom cultuur zo hardnekkig is en heel weinig te maken heeft met al die excellente, betrokken en competente mensen die je in huis hebt. En hoe je die droom van een vitale, inclusieve, lerende of zelfsturende cultuur erin krijgt.

- Een makkelijk leesbaar boek over cultuurverandering vol hilarische en pijnlijke voorbeelden.
- Praktische 'vloerbedekkinglogica' voor iedereen die snakt naar cultuurverandering, of zich er kapot aan ergert dat veranderen maar niet lukt.

Maaïke Thiecke is psycholoog, bestseller-auteur en heeft een onconventionele bril op als het gaat om organisatie- en cultuurverandering. Zij adviseerde talloze organisaties over het geheim van cultuurverandering en leidde honderden managers en adviseurs op in 'vloerbedekkinglogica'. Maaïke weet hoe je cultuurverandering in organisaties voor elkaar krijgt. Zonder het tot grote hoogte op te blazen óf ernstig te bagatelliseren.

Uitvoering	flexcover
Omvang	200 pagina's
Auteur	Maaïke Thiecke
Formaat	15 x 23 cm
ISBN	978 90 8965 614 8
NUR	801
Thema	KJU, KJWX
Prijs	29,99
Verschijnt	mei 2022



”

PHILIPS WIL DE LEVENS VAN 2,5 MILJARD MENSEN VERBETEREN IN 2030. SAMENWERKEN IS DAN EEN MUST. DIT INSPIRERENDE BOEK LAAT ZIEN HOE DAT ZOU KUNNEN.

ROBERT METZKE, GLOBAL HEAD OF SUSTAINABILITY, PHILIPS



HARRY HUMMELS, WOUTER SCHEEPENS EN ERLIJN SIE

BLOED, ZWEET, MAAR SAMEN

Samenwerken voor een betere wereld

Duurzaamheid is voor multinationals als Unilever, Philips, DSM, IKEA en Vodafone tegenwoordig vanzelfsprekend. Een sine qua non. Maar hoe ze daar in de markt invulling aan kunnen geven is veel minder vanzelfsprekend. Duurzaamheid vraagt om innovatie en die komt vaak uit de hoek van frisse, jonge bedrijven zoals De Vegetarische Slager, Seepje, Kipster, Mud Jeans, of Moyee Coffee. Hoe komen deze gevestigde organisaties en jonge bedrijven bij elkaar en hoe zorgen ze ervoor dat de samenwerking meer is dan de som der delen?

Soms zijn maatschappelijke uitdagingen zo groot dat ze vragen om een samenwerking tussen meer dan twee partijen. Nationaal en internationaal. In deze meer-voudige vorm van samenwerking staat niet het directe bedrijfsvoordeel voor de partners centraal, maar het streven naar maatschappelijke verandering om te komen tot een duurzame, rechtvaardige en inclusieve economie.

Zo werken innovatieve koffieondernemingen samen om koffieboeren een leefbaar inkomen te bezorgen en maatschappelijke ondernemingen met verzekeraars om toegang tot gezondheidszorg te bevorderen in opkomende economieën.

Bloed, zweet, maar samen laat zien dat samenwerking gericht op duurzaamheid voor alle partijen kan werken. Dit boek schetst aan de hand van een keur aan voorbeelden de praktijk van samenwerking en de maatschappelijke en duurzaamheidswinst die bedrijven boeken. Daar wil je best wat moeite voor doen.

- Met een inleiding van Philips' Global Head of Sustainability, Robert Metzke ...
- ... en een afsluitend hoofdstuk van Dimitri de Vreeze, CEO van DSM.

Harry Hummels is hoogleraar Ethiek, Organisaties en Samenleving aan de Universiteit Maastricht. Hij heeft meer dan 25 jaar ervaring met o.a. duurzaam beleggen, impact investment en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Wouter Scheepens is oprichter en mede-eigenaar van Steward Redqueen. Zijn internationale ervaring ligt m.n. op het gebied van de interactie tussen organisaties en samenleving.

Erlijn Sie is Global Corporate Partnership Manager bij Ashoka. Zij heeft 15 jaar ervaring met het werken met multinationals en het opzetten en leiden van sociale ondernemingen.

Uitvoering	flexcover
Omvang	192 pagina's
Auteur	Harry Hummels, Wouter Scheepens, Erlijn Sie
Formaat	15 x 23 cm
ISBN	978 90 8965 616 2
NUR	801
Thema	KJW
Prijs	29,99
Verschijnt	maart 2022





FINanciële
PRINCIPES
EN CIJFERS
BEGRIJPEN IS EEN
VOORWAARDE
VOOR ELKE
PROFESSIONAL.



HANS GO

WAT ZEGGEN DIE CIJFERS EIGENLIJK?

Tips & trick voor niet-financiële professionals

Je hebt geen financiële achtergrond, maar in je functie wordt wel van je verwacht dat je de cijfers kunt lezen. Je bent budgetverantwoordelijk maar de opbouw en rapportages zijn te complex om in één keer te begrijpen. Over een investeringsvoorstel wordt jouw mening gevraagd maar je kennis is wat verouderd. Verzand je in de details en verlies je daardoor de grote lijnen uit het oog?

Wanneer je de hoofdlijnen kunt herkennen, worden details minder relevant. Het opstellen van de cijfers kunnen experts echt beter dan jij. Door te vertrouwen op je eigen financiële inzichten kun jij je juist concentreren op de oplossingen. Door de juiste vragen te stellen aan de juiste mensen kun je doordringen tot de kern van financiële vraagstukken.

Het boek *Wat zeggen die cijfers eigenlijk?* maakt geen administratie-expert van je, maar leert je hoe cijfers zich

verhouden tot bedrijfssituaties. Het legt de basisprincipes uit die je in je eigen omgeving kunt toepassen. Na het lezen van dit boek begrijp je de inhoud en de samenhang van balans, resultatenrekening en kasstroomoverzicht en heb je inzicht in de meest gangbare financiële onderwerpen, zoals cashflow, werkkapitaal, begrotingen, investeringsvoorstellen, ratio's en analyses.

- Het boek combineert 30 jaar financiële ervaring en een universitaire basis met praktijkvoorbeelden.
- Direct toepasbaar in je werksituatie of bij je opleiding.
- Met talloze tips en tricks.
- Van de vorige editie zijn meer dan 5000 exemplaren verkocht.
- Aan deze editie is cashflow voor bedrijfswaardering toegevoegd.

Hans Go is registeraccountant en bedrijfs-econoom. Hij heeft een corporate achtergrond (Unilever), waarvan vijf jaar in Azië, en een brede CFO-ervaring bij uiteenlopende organisaties en is ondernemer. Daarnaast verzorgt hij trainingen over de basisprincipes van financiële cijfers en het communiceren en presenteren daarvan. Bij MARAI Partners houdt hij zich voornamelijk bezig met financieel interim werk, coaching en strategie-executie.

Uitvoering: **paperback**
 Omvang: **176 pagina's**
 Auteur: **Hans Go**
 Formaat: **15 x 23 cm**
 ISBN: **978 90 8965 618 6**
 NUR: **800**
 Thema: **KFCF, KJB**
 Prijs: **27,99**
 Verschijnt: **februari 2022**





**'FUTURE READY'
LEIDERSCHAP
BEGINT BIJ
DAGELIJKS DE
JUISTE DINGEN
DOEN.**



MIRJAM BOXEN

ROUTES NAAR VERNIEUWEND LEIDERSCHAP

Ontdek, verbind, verander

Vernieuwing krijgt vorm in dagelijkse acties. Dat geldt ook voor leiderschap dat vernieuwing en innovatie stimuleert. Niet de invoering van een concept als 'agile' maakt het verschil, en het ophangen van nieuwe cultuurwaarden bij de koffieautomaat evenmin. Als je als leidinggevende wilt dat je team of organisatie zich succesvol aanpast aan de eisen van de huidige tijd, moet je op dagelijkse basis iets anders gaan DOEN.

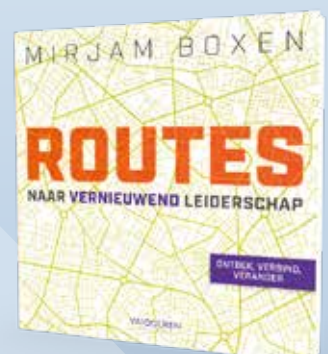
Mirjam Boxen leert je hoe je iedere dag kunt werken aan het vernieuwen van je leiderschap. Leiderschap dat helpt antwoorden te vinden op de uitdagingen van deze tijd. Dit boek bundelt de resultaten van achttien maanden veldonderzoek onder vernieuwende leiders, haar observaties binnen toonaangevende organisaties als KLM, KPMG en Exact en ruime ervaring in het begeleiden van leidinggevendenden.

In *Routes naar vernieuwend leiderschap* beschrijft ze acht onderscheidende skills voor vernieuwend leiderschap die zich écht bewezen hebben. Daarnaast biedt het boek volop pragmatische tips, praktijkvoorbeelden en oefeningen, waarmee de lezer direct aan de slag kan. De QR-codes in dit boek bieden toegang tot bijna zes uur aan interviewopnamen met vernieuwende leidinggevendenden. Op deze manier brengt *Routes naar vernieuwend leiderschap* de lezer in beweging en leert hem kijken en handelen als een leider van nu.

- Unieke combinatie van veldonderzoek, observaties, ervaring en wetenschap.
- Heel praktijkgericht dankzij de vele tips, oefeningen en sprekende voorbeelden.

Mirjam Boxen MHD is zelfstandig professional in leiderschapsvernieuwing. Als interim (programma)manager, spreker en change facilitator laat zij zien wat vernieuwend leiderschap inhoudt en maakt zij haar kennis praktisch toepasbaar voor leiders en organisaties. Mirjam is cum laude afgestudeerd in Veranderkunde en onderzoekt sinds zes jaar welke vaardigheden het verschil maken in succesvol leiderschap van nu.

Uitvoering	flexcover
Omvang	192 pagina's
Auteur	Mirjam Boxen
Formaat	22 x 22 cm
ISBN	978 90 8965 620 9
NUR	801
Thema:	KJMB
Prijs	29,99
Verschijnt	februari 2022



”

**‘DOING WELL BY
DOING GOOD’
START VANUIT EEN
NOVEL POINT OF
VIEW.**



MIGNON VAN HALDEREN EN BRANDON MARTENS

THOUGHT LEADERSHIP

als succesfactor in een veranderende samenleving

Steeds meer bestuurders, leiders en (marketing)-communicatieprofessionals hebben thought leadership als speerpunt in hun strategische plannen staan. Maar wat houdt thought leadership eigenlijk in? En hoe kun je thought leadership ontwikkelen en daadwerkelijk in praktijk brengen? Dit is het eerste boek dat je een verfrissende kijk en concrete handvatten biedt om thought leadership in je eigen organisatie te ontwikkelen.

Een succesvolle thought leadership strategie valt of staat met het durven uitdragen van vernieuwend perspectief. Hoe ontwikkel je zo'n Novel Point of View? Hoe betrek je medewerkers en andere stakeholders daarbij? Hoe vertaal je je vernieuwende perspectief naar de praktijk en bouw je vertrouwen bij stakeholders rondom dat vernieuwende perspectief en de daarbij horende koers? En wat betekent dat voor leiderschap en communicatie?

Op bevroren wijze en aan de hand van vijf actuele thought leadership cases laten de auteurs zien hoe organisaties dit op succesvolle wijze kunnen doen. Zo geven de auteurs een kijkje in de keuken van Bernhoven, het ziekenhuis dat vanuit het vernieuwende perspectief 'Betere zorg, door minder zorg' hun complete zorgmodel op succesvolle wijze kantelde en patiënten en stakeholders hier op inspirerende wijze bij betrok. En ze laten zien hoe het Deense energiebedrijf Ørsted, Philips, Unilever, woningcorporatie Sint Trudo en parktheater Eindhoven voor een alternatieve koers kozen door te vertrekken vanuit vernieuwende zienswijzen en die vertaalden naar concreet gedrag en resultaat.

Ben jij die bestuurder, leider of (marketing)communicatieprofessional die thought leadership op de strategische agenda heeft staan? Dan is dit jouw handboek om die strategie en positionering vorm te geven.

MAART '22
€ 29,99



- Hét handboek voor bestuurders, leiders en communicatieprofessionals die hun thought leadership willen versterken.
- Biedt een verfrissende kijk op hoe organisaties zich op een impactvolle en toekomstbestendige manier kunnen positioneren.

Mignon van Halderen zette thought leadership (inter)nationaal op de kaart. Daarvoor richtte zij onder meer het lectoraat Thought Leadership bij Fontys Hogescholen in Eindhoven op. Mignon is inmiddels partner bij de Reputatiegroep, een van de toonaangevende strategie-bureaus in Nederland.

Brandon Martens is creatief-strategisch adviseur bij de Reputatiegroep en heeft zich vanuit het lectoraat al meer dan zeven jaar verdiept in thought leadership. Zij houden zich beiden bezig met thema's als strategieontwikkeling, positionering en stakeholdermanagement.

BERNHOVEN

'Betere zorg door minder zorg.' Volgens een journalist klonk het als reclame voor een wasmiddel, maar bij Bernhoven was het de eigenzinnige kijk, het Novel Point of View, van waaruit zij het ziekenhuis opnieuw vormgaven. De case in dit boek laat zien hoe het ziekenhuis deze transformatie voor elkaar kreeg, hoe ze die gestructureerd opdeelden in acht deeltransformaties, en hoe ze vanaf het begin investeerden in het bouwen van vertrouwen binnen en buiten de organisatie. Daarbij werden heilige huisjes en 'verworven rechten' niet ontzien, en werd er echt out of the box gedacht. Inmiddels is het ziekenhuis een inspirerend voorbeeld voor de Nederlandse gezondheidszorg.

ØRSTED

Als in 2006 de veelbesproken film 'An Inconvenient Truth' van Al Gore in première gaat, klinkt het onderwerp 'klimaatverandering' al geregeld in de wandelgangen van de voormalige Deense gas, kool- en oliegiant DONG Energy (nu: Ørsted). De jaren erna wordt het steeds duidelijker: klimaatverandering heeft zo veel impact dat het echt anders moet. In 2009 neemt het bedrijf dan ook een groot besluit: het wil de verhouding tussen fossiele en hernieuwbare energie totaal omdraaien: in 2040 moet 85% van de energie uit hernieuwbare bronnen worden gewonnen en slechts 15% uit conventionele. De realiteit van het Deense bedrijf werd met dit Novel Point of View letterlijk omgekiept en de veranderingen waren in alle geledingen van het bedrijf voelbaar. De case laat zien hoe ze dit hebben gedaan, en wat de rol van leiderschap en communicatie daarbij was.

Uitvoering	flexcover
Omvang	200 pagina's
Auteur	Mignon van Halderen, Brandon Martens
Formaat	15 x 23 cm
ISBN	978 90 8965 622 3
NUR	801
Thema:	KCVP, KJMK
Prijs	29,99
Verschijnt	maart 2022



LEIDING GEVEN
EN LEIDING
NEMEN IS EEN
KUNDE, EEN
KUNST DIE TE
LEREN VALT.



DAAN WIENKE

LEIDING GEVEN EN LEIDING NEMEN

Hoe word en blijf je een goede leidinggevende?

Natuurlijk wil je het zo goed mogelijk doen als je net begint als leidinggevende. Dus besluit je er maar eens wat over te gaan lezen. Maar waar begin je? Over leiding geven zijn al zo veel boeken geschreven dat je door de bomen het bos niet meer ziet. Al die verschillende benaderingen geven weinig houvast.

Dit boek is anders. Auteur Daan Wienke relateert de belangrijkste elementen uit al deze verschillende benaderingen aan elkaar. Dat leidt tot een praktisch en bruikbaar kader, het 4-3-3-2 model: vier essentiële leidinggevende taken, voor drie soorten werkzaamheden, aan de hand van drie meta-criteria, en met behulp van twee hulptalen.

Voor de onderbouwing van alle adviezen, aanwijzingen en tips voor leidinggevers baseert de auteur zich op beproefde en praktisch bruikbare theorie, die hij aanvult met *lessons learned* uit een groot aantal interviews met

leidinggevers uit Nederland, Duitsland en Engeland; landen die toch meer op ons lijken dan Amerika. De samenvatting per hoofdstuk, de valkuilen en tips, en de 'denkopdrachten' maken *Leiding geven en leiding nemen* tot een uiterst bruikbaar theorie- én werkboek. Onmisbaar voor beginnende leidinggevers maar ook voor meer ervaren managers.

- Bijzonder geschikt voor de (beginnend) leidinggevende in met name de (semi-)publieke sector en als studieboek in het hoger (hbo en universitair) onderwijs.
- Compacte en praktische samenvatting van veel managementboeken.
- Een volledige bibliotheek over leiding geven in één boek.

Daan Wienke studeerde sociale- en organisatiepsychologie. Hij werkte in verschillende sectoren in de publieke sector, als onderzoeker, stafmedewerker, docent post-HBO en bestuurder. In 1999 promoveerde hij op onderzoek in de jeugdzorg. Sinds 2002 is Daan als zelfstandige werkzaam in advies- en veranderingstrajecten voor o.a. de overheid en werkgeversorganisaties in de non-profit sector. Hij schreef, samen met Alice Vlottes, het boek *Narcisme in relaties*.

Uitvoering **flexcover**
Omvang **192 pagina's**
Auteur **Daan Wienke**
Formaat **15 x 23 cm**
ISBN **978 90 8965 624 7**
NUR **801**
Thema: **KJMB**
Prijs **29,99**
Verschijnt **februari 2022**





**GEDRAG
BEÏNVLOEDEN?
MAAK JE
VERHAAL
ONWEER-
STAANBAAR
VOOR HET BREIN.**



PAUL HILLESUM EN NADINE KOMDUUR

SUPERCARGE YOUR STORIES

Gebruik gedragspsychologie in je verhalen en maak ze nog overtuigender

Verhalen vertellen is het oudste gereedschap dat we als mens kennen om gedrag te beïnvloeden. Of het nu gaat over religies, economische systemen, politieke stromingen of merken; onze verbeeldingskracht zorgt ervoor dat we ons via verhalen abstracte concepten kunnen voorstellen. En daarin kunnen gaan geloven. Verhalen geven inhoud. Verhalen verpakken boodschappen. Verhalen verbinden. Verhalen maken wie we zijn én beïnvloeden wat we doen en niet doen. Logisch dat storytelling steeds belangrijker wordt bij veel organisaties, reclamebureaus en marketing-afdelingen.

De afgelopen jaren is er veel kennis bijgekomen over hoe menselijk gedrag werkt. Het toepassen van gedragspsychologie in communicatie en marketing wordt steeds normaler. Ook Nadine Komduur en Paul Hillesum merken dat gedragspsychologie een steeds prominentere plek inneemt in de dagelijkse praktijk. Die ervaringen delen ze graag. In dit boek leren ze je hoe je jouw verhalen nog

overtuigender kunt maken door kennis uit de gedragspsychologie toe te passen, en je verhalen zo op te bouwen dat ze aansluiten bij hoe wij mensen functioneren. Zo worden je verhalen geloofwaardiger en overtuigender en kun je ze nog effectiever inzetten om je doelstellingen te bereiken. Of het nu gaat om het beïnvloeden van koopgedrag of het aanbrengen van positieve veranderingen in onze samenleving.

- Ontdek hoe je je (gedrags)doelstellingen bereikt door je verhalen en communicatie nog overtuigender te maken.
- Leer hoe je klanten beslissingen nemen en hoe je deze beslissingen kunt beïnvloeden.
- Een vlot geschreven boek dat inzichten uit de gedragswetenschap praktisch, toegankelijk en met veel leuke voorbeelden over het voetlicht brengt.

Paul Hillesum (creative director en strateeg) is oprichter van storytelling bureau Truman dat hij in 2015 samen met Amber Franssen startte. Samen met Amber schreef hij het bekroonde boek *True Story Telling: geloofwaardigheid als marketingtool*.

Nadine Komduur is strateeg, copywriter en gedragspsycholoog bij Truman. Ze haalde haar master Economic and Consumer Psychology bij de Universiteit van Leiden.

Uitvoering	flexcover
Omvang	192 pagina's
Auteur	Paul Hillesum, Nadine Komduur
Formaat	15 x 23 cm
ISBN	978 90 8965 626 1
NUR	802
Thema:	KJP
Prijs	29,99
Verschijnt	april 2022



”

HET IS EEN
BOEK DAT
ONMISBAAR IS
VOOR IEDEREEN
DIE ACTIEF IS MET
CONTENT, EN
WIE IS DAT NOU
NIET?



ANTAL DE WAIJ

CONTENT!

Zuurstof voor je klanten

HERZIENE VERSIE 2022

Potentiële klanten zoeken steeds vaker digitaal naar informatie over je producten en diensten, via websites, blogs en social media. Het belang van echt goede content kun je dan ook niet onderschatten. Met relevante en *engaging* content til je jouw bedrijf naar een hoger plan. Helaas doen veel organisaties maar wat als het hierop aankomt en veel te weinig bedrijven hebben een gedocumenteerde contentstrategie. Dat is met dit boek verleden tijd!

Content! zorgt dankzij het unieke Content Marketing Canvas Model voor jouw contentmarketingresultaat. Het boek biedt alle componenten om je eigen contentstrategie te ontwikkelen én uit te voeren. Het geeft antwoord op alle relevante vragen, zoals: Op welke manier vergroot je de bekendheid van jouw bedrijf? Hoe vaak moet je eigenlijk bloggen? Hoe genereer je leads in een online omgeving? Wat zijn contentformats

en hoe kies je het format dat bij jou past? Wat voor hulpmiddelen zijn er en hoe betrek je de organisatie bij het ontwikkelen en verspreiden van content?

Content! is onmisbare zuurstof voor iedereen die de relatie met zijn (potentiële) klanten wil versterken en behouden.

- Een unieke praktijkgerichte aanpak waarmee je direct aan de slag kunt.
- Geactualiseerde versie 2022.
- Van de eerdere drukken zijn al bijna 5000 exemplaren verkocht.
- Met twee unieke extra's: een complete interactieve Facebook Messenger-omgeving én een website met aanvullende cases en video's.

Antal de Waij heeft met zijn contentmarketingbedrijf Engagement Media talloze klanten geholpen met hun strategie en implementatie van content. Hij weet precies hoe succesvolle content écht werkt en deelt zijn ervaringen in dit boek. Hij doceert Contentmarketing, Sociale Media en Digitale Strategie aan diverse gerenommeerde opleidingsinstituten.

Uitvoering **flexcover**
Omvang **420 pagina's**
Auteur **Antal de Waij**
Formaat **15 x 23 cm**
ISBN **978 90 8965 628 5**
NUR **802**
Thema: **KJSJ**
Prijs **37,99**
Verschijnt **januari 2022**





WAT ALS HET OOK
ANDERS KAN?



ELLEKE VAN GELDER

HET GROTE VERWONDERBOEK VOOR MANAGERS

Hoe sociale innovatie bijdraagt aan verandering en vernieuwing in jouw organisatie

Managen. We zijn er hele dagen druk mee. We hebben talloze problemen en complexe uitdagingen. En daar willen we zo snel en zo efficiënt mogelijk van af. Dus ligt onze focus op het oplossen en beheersen van al deze moeilijke situaties en complexe issues. Maar kan het ook anders?

Het grote verwonderboek voor managers is een anders-dan-anders managementboek. Voor iedereen die toe is aan meer nieuwsgierigheid en verwondering in het werk. Voor iedereen die met een andere blik wil kijken naar verandering en vernieuwing. Voor iedereen die gelooft in het oprekken van denkkaders. En voor iedereen die het lef heeft om het ook echt anders te doen. Omdat zij ervan overtuigd zijn dat je niet alleen een negatieve situatie kunt verbeteren maar dat het vrijwel altijd beter kan. Anders kan.

In dit boek vind je geen panklare antwoorden of oplossingen. Geen stappenplannen, geen ingewikkelde modellen, geen schema's en geen vinklijstjes. Wel vragen, reflecties, overdenkingen, uitnodigingen en wellicht zelfs inspiratie om anders kijken, anders denken en anders doen zelf toe te passen in jouw werk. Grote abstracte begrippen als de comfortzone, creativiteit en ruimte worden bevraagd, verkend en uitgedaagd om ze vervolgens weer klein, dichtbij en vooral heel toepasbaar te maken.

- Een boek met eerlijke, mooie en ongemakkelijke voorbeelden uit de praktijk die iedere manager en andersdenkende zal herkennen.
- Een aanvulling op het gangbare kijken, denken en doen in organisaties.
- Met een voorwoord van Arend Ardon.

Elleke van Gelder werkt sinds 2007 als 'andersdenkende' binnen de politie. Ze is daarnaast als associate partner verbonden aan The Change Studio. Elleke schrijft, spreekt en adviseert over sociale innovatie in organisaties. Ook ontwerpt zij concrete concepten die abstracte begrippen in de praktijk werkbaar maken. Creatief en kritisch en altijd nét wat anders dan anders.

Uitvoering	flexcover
Omvang	200 pagina's
Auteur	Elleke van Gelder
Formaat	15 x 23 cm
ISBN	978 90 8965 630 8
NUR	801
Thema:	KJDD
Prijs	29,99
Verschijnt	juni 2022



”

VAN DODELIJK
HAARWATER
TOT EEN LEGE
KOELKAST
EN ANDERE
ERFRECHTELIJKE
KROONJUWELN.



6^E
HERZIENE
EDITIE

HEIDI KLIJZEN EN BERNARD SCHOLS

VOORKOM RUZIE BIJ DE KIST

101 spraakmakende erfrechtelijke kwesties en fiscale tips

De erfenis is niet zelden een bron van familieconflicten. En daarbij heb je een van je grootste erfgenamen, de fiscus, niet zelf voor het kiezen. Dure fouten zijn snel gemaakt door ongelukkige passages in je testament of schenkingsakte. Hoe voorkom je dat je laatste wil uitloopt op een erfrechtelijk bloedbad en hoe houd je het – ook fiscaal gezien – gezellig?

Vergeet Netflix, boekwinkel en bios; wie van echt onversneden drama houdt, haalt z'n hart op in het hedendaagse erfrecht. Deze volledig geactualiseerde herdruk zoomt in op spraakmakende erfrechtelijke kwesties en laat zien wat je kunt doen om de geschetste problemen te voorkomen:

- hoe voorkom je ruzie over je nalatenschap, oftewel, hoe erf je zonder scherven?
- hoe ban je kostbare bloopers uit je testament?
- wat kun je doen om de fiscus zoveel mogelijk buiten de deur te houden?

- waarom moet je een erfenis niet zomaar klakkeloos aanvaarden?
- hoe voorkom je dat een papieren schenking of een 'jubelton' toch wordt belast?
- mag je je kinderen onterven?

Prof.mr.dr. Bernard Schols is hoogleraar successierecht aan de Radboud Universiteit Nijmegen en oud-notaris, maar bovenal verhalenverteller met een grenzeloze passie voor (fiscaal-)erfrecht. Hij geeft door heel het land lezingen, combineert humor met dogmatiek en is coauteur van het *Handboek (Nieuw) Erfrecht* en het *Handboek Estate Planning*.

Heidi Klijzen is journalist, gespecialiseerd in personal finance en recht. Ze is eindredacteur van de Consumentengids, schrijft voor diverse tijdschriften en kranten, en coördineert wekelijks voor *Elsevier Weekblad* de rubriek Lezers Vragen, waaraan ook Bernard Schols meewerkt.

MEI '22
€ 20,00



Uitvoering **paperback**
Omvang **224**
Auteur **Heidi Klijsen, Bernard Schols**
Formaat **14 x 21 cm**
ISBN **978 94 6296 188 3**
NUR **820**
Thema: **LNW**
Prijs **20,00**
Verschijnt **mei 2022**

Naast de vernieuwde editie van *Voorkom ruzie bij de kist* verscheen vorig jaar ook een tweede druk van *Voorkom ruzie in bed*, het tweede boek van Heidi en Bernard. *Voorkom ruzie in bed* bevat 101 bruikbare juridische tips en relatieprikkels die ervoor zorgen dat jij je relatie zonder financiële kleerscheuren overleeft. Want een relatie onderhouden is een hele kunst. Je stapt met een roze bril het huwelijksbootje in, maar voor je het weet ga je financieel het schip in.



7000
EXEMPLAREN
VERKOCHT!

Voorkom ruzie in bed

ISBN: **978 94 6296 161 6**

Prijs: **20,00**

”

**DIT BOEK
VERANDERT JE
KIJK OP RIJKDOM
EN JE VISIE OP
GELUK!**



PEP DEGENS

STINKEND RIJK & ZIELSGELUKKIG

Hoe doen zij dat?

We willen allemaal rijk worden, financieel onafhankelijk zijn, 'binnenlopen', de Staatsloterij winnen. Maar de mensen die dit daadwerkelijk gedaan hebben, vinden dat geld er eigenlijk niet toe doet en dat het niet wezenlijk bijdraagt aan hun geluk. Ach, ze kunnen best zonder. Of toch niet?

Wat is dat toch met geld? We willen enerzijds schaamteloos rijk zijn, maar zweren het anderzijds beschaamd af zodra we zover zijn. Geld brengt ontegenzeggelijk gemak, maar erover praten vinden we vaak ongemakkelijk.

Geld én geluk, kan dat samengaan? In dit boek gaat Pep Degens in gesprek met echt rijke mensen, geluक्सwetenschappers, en zij die zakendoen met de well-to-do. Ook toetst hij inzichten bij neurologische en psychologische onderzoekers op zoek naar het antwoord op de vraag:

Moeten we rijkdom omarmen of overslaan op weg naar geluk? En is het ooit genoeg, of mag het altijd *nog ietsje meer zijn*?

Ontdek wat jij kunt leren van de rijke kunstenaar, CEO, ondernemer, huisjesmelker, bobo, beurstijger, boer, founding father, Koning, entertrainer, geluक्सvogel, uitvinder en rijkeluiszoon over rijkdom en geluk.

- Van de auteur van onder andere *Geluk in de pocket*, *Wie is hier nou de baas?* en *Liefde in tijden van scheiden*, waarvan duizenden exemplaren zijn verkocht.
- Een onderwerp dat de meeste mensen mateloos intrigeert.
- Uniek boek door de combinatie van ervaringsverhalen en wetenschappelijke inzichten.

Pep Degens is bedrijfseconoom, bestuurskundige, psycholoog en trainer. In de afgelopen 25 jaar trainde hij duizenden mensen op persoonlijke groei en viel hiermee meermaals in de prijzen.

In zijn prille jeugd raakte hij gebiologeerd door Dagobert Duck en diens dagelijkse zwembaan-tjes door munten en bankbiljetten. Nu vond hij het tijd worden om de relatie tussen rijkdom en geluk diepgaand te onderzoeken.

Uitvoering **paperback**
Omvang **160 pagina's**
Auteur **Pep Degens**
Formaat **14 x 21 cm**
ISBN **978 94 6296 190 6**
NUR **770**
Thema: **JMS**
Prijs **21,99**
Verschijnt **mei 2022**



”

DOOR HET
RUWE NAAR DE
STERREN.



JESSE JACOBS

HET MOOISTE UIT DE PUT HALEN

Groei-principes bij tegenslagen in je leven

Het hoort bij het leven, zeggen ze: tegenslagen. Een ontslag, scheiding, ongeluk, ziekte, het verlies van een naaste. Allemaal impactvolle gebeurtenissen die je wereld (tijdelijk) op zijn kop zetten. Je kunt ze niet voorkomen, en zelden veranderen. Het enige waar je invloed op hebt, is de manier waarop je ermee omgaat. Het helpt als je niet alleen 'de put' ziet waarin je zit, maar vooral ook de bron die daarin te vinden is voor je persoonlijke groei en ontwikkeling.

Jesse Jacobs heeft – door de tegenslagen in haar eigen leven en de ervaringen in haar coachpraktijk - inzicht gekregen in de helpende en helende principes bij dit soort schokkende gebeurtenissen. In *Het mooiste uit de put halen* legt zij deze principes uit en reikt zij jou daarmee een uniek en inspirerend coach- en reflectieboek aan, dat je helpt om in moeilijke tijden weer rust, richting, perspectief en houvast te krijgen.

Het boek is voor iedereen die in het leven te maken krijgt met tegenslagen en voor professionals die hun cliënten willen helpen het mooiste uit de put te halen.

- Stapsgewijs uit de put komen met behulp van vijf heldere groeiprincipes.
- Onderbouwd met inzicht gevende theorie, concepten en praktische (test)instrumenten.
- Inclusief een praktisch werkboek met gerichte reflectievragen om direct mee aan de slag te gaan.

Jesse Jacobs is psycholoog, heeft haar eigen coachpraktijk en werkt al 25 jaar met hart en ziel als teamtrainer en coach voor tal van organisaties. Daarnaast is zij actief als relatie-coach voor particuliere cliënten.

Uitvoering	flexcover
Omvang	192 pagina's
Auteur	Jesse Jacobs
Formaat	14 x 21 cm
ISBN	978 90 8965 632 2
Thema:	JMS
NUR	770
Prijs	26,99
Verschijnt	februari 2022



”

EEN
VERFRISSENDE
KIJK OP ZIN IN
SEKS.



3^E
HERZIENE
EDITIE

INGEBORG TIMMERMAN EN CARLIE VAN TONGEREN ZIN IN SEKS!

Zo ontwikkel je een sexy state of mind

Heb jij één keer per maand seks, alleen omdat je vindt dat 'het moet'? Is seks meer een last dan een lust? Je bent niet de enige: zo'n 30 procent van de vrouwen zegt weinig of geen zin in seks te ervaren, ook al hebben ze op dat moment een fijne liefdesrelatie. Dat kan leiden tot spanningen en twijfels, in je relatie en bij jezelf.

In deze vernieuwde editie van *Zin in seks!* legt seksuoloog Ingeborg Timmerman het verband tussen zin in seks en onze persoonlijkheid. Geen trucjes, standjes of lijstjes met tips, maar een diepere kijk op zin in seks door het te relateren aan onze persoonlijkheid. Want een verminderd lustgevoel ligt vaker aan een psychische disbalans dan bijvoorbeeld aan hormonen of een gebrek aan fantasie. Hiervoor ontwikkelde Ingeborg het persoonlijkheidsmodel 'de Bloem'. In het boek volg je het proces van vier vrouwen, geïnspireerd op veelvoorkomende vrouwenproblemen in de seksuologiepraktijk. Stap voor stap ga je ook zelf aan de slag met de Bloem toepassen om de balans in jezelf te herstellen. Zodat je nooit meer zonder zin in seks door het leven wilt gaan.

- Volledig geactualiseerde herdruk, met aanpassingen op o.a. seksuele diversiteit & inclusiviteit.
- Een positief en praktisch boek met een verfrissende en verdiepende visie op zin in seks.
- Voor alle vrouwen die remmingen ervaren in hun seksleven.

Ingeborg Timmerman is oprichter van het Seksuologisch Expertise Centrum in Haarlem en heeft 35 jaar ervaring als seksuoloog/psychotherapeut. In haar behandelingen maakt zij al jaren succesvol gebruik van het door haar ontwikkelde persoonlijkheidsmodel 'de Bloem'.

Carlíe van Tongeren is auteur, ghostwriter en redacteur. Ze heeft diverse jeugd- en non-fictieboeken op haar naam staan.



APRIL '22
€ 22,99

Van Ingeborg en Carlie verscheen in november 2021 bij Van Duuren Psychologie hun nieuwe boek *Van weerzin naar weer zin*, over hoe je weer onbevangen kunt genieten van seks na een negatieve seksuele ervaring. Het boek combineert het persoonlijke ervaringsverhaal van Carlie van Tongeren met de verbreding en verdieping uit de seksuologiepraktijk van Ingeborg Timmerman.



Van weerzin naar weer zin

ISBN: 978 90 8965 606 3

Prijs: 22,99

Uitvoering **paperback**
 Omvang **184 pagina's**
 Auteur **Ingeborg Timmerman, Carlie van Tongeren**
 Formaat **14 x 21 cm**
 ISBN **978 90 8965 634 6**
 NUR **865**
 Thema: **JMU**
 Prijs **22,99**
 Verschijnt **april 2022**



* TOP 10 *

Januari is natuurlijk de maand waarin teruggekeken wordt op het afgelopen jaar. Dat doen wij ook. En dan komen we tot indrukwekkende lijstjes: ruim 35 nieuwe boeken gepubliceerd, meer dan 80 herdrukken uitgegeven, tientallen e-books en audioboeken gemaakt, en meer dan 10.000 exemplaren van een nieuwe titel verkocht. Al met al een prachtig jaar! Met een top 10 van boeken die nog steeds erg goed verkopen. We delen hem daarom graag met je.



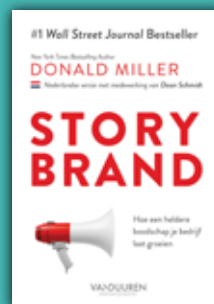
ISBN: 978 94 6296 171 5
Prijs: 20,00



ISBN: 978 90 8965 555 4
Prijs: 22,99



ISBN: 978 90 8965 578 3
Prijs: 45,00



ISBN: 978 90 8965 586 8
Prijs: 27,99



ISBN: 978 90 8965 580 6
Prijs: 24,99



ISBN: 978 90 8965 557 8
Prijs: 27,99



ISBN: 978 90 8965 547 9
Prijs: 27,99



ISBN: 978 90 8965 608 7
Prijs: 34,99



ISBN: 978 90 8965 553 0
Prijs: 24,99



ISBN: 978 90 8965 563 9
Prijs: 24,99

NEDERLAND

Van Duuren
Management B.V.
Godfried Bomansstraat 7
4103 WR Culemborg
T 0345 473392

VANDUUREN
MANAGEMENT | PSYCHOLOGIE

AnderZ

Retailmarketeer

Yoram Vieveen
M 06 10337748
E yoram@vanduurenmedia.nl

Accountmanager

Rutger Selle
M 06 53737793
E rutger@vanduurenmedia.nl

Pers en promotie

Daniquè Ruizendaal
M 06 81752639
E danique@vanduurenmedia.nl

BELGIË

Uitgeverij Lannoo
Kasteelstraat 97
8700 Tielt
www.lannoo.be

Docenten Hoger onderwijs

Leen Wouters
T +32(0)16 300 111
E leen.wouters@lannoo-campus.be

Product management / Retail & distributiefondsen

Nadine Algoet
T +32 51423685
E nadine.algoet@lannoo.be

Pers en promotie /

Docenten hoger onderwijs

Jantien Vermeiren
T +32 51424211
E jantien.vermeiren@lannoo.be

facebook.com/vanduurenmanagement
@VD_Management
linkedin.com/company/vanduurenmanagement
www.vanduurenmedia.nl/Management

facebook.com/anderzdenken
@AnderZdenken
linkedin.com/company/anderz-denken
www.anderzdenken.nl