

Vom Strategieentwurf zur Implementierung

«Wertorientierte Unternehmensführung» ist als Managementprinzip längst unumstritten, doch die Implementierung stellt die Unternehmensleitung noch immer vor grosse Herausforderungen – wie die Finanzmarktkrise 2008 und deren Folgen schmerzhaft verdeutlicht haben. Das Werk zeigt auf, wie Wertorientierung in jedem Unternehmen Wirklichkeit werden kann – vom Strategieentwurf über die Verankerung in der Organisation bis hin zur Kommunikation mit dem Kapitalmarkt. Wertorientierte Unternehmensführung repräsentiert dabei – richtig verstanden – eine nachhaltige, langfristig ausgerichtete Wertschaffung, nicht eine kurzfristige Börsenwertorientierung. Studierenden der Wirtschaftswissenschaften verschafft dieses Werk einen Überblick über gängige Ansätze und Methoden der wertorientierten Unternehmensführung.

A. G. Coenberg, R. Salfeld, W. Schultze

«Wertorientierte Unternehmensführung»
Schäffer-Poeschel Verlag, 301 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-7910-3372-3, CHF 68.00



Christian Gansch
«Der Dreiklang der Führungskompetenz»
Campus Verlag, 195 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-593-50159-8, CHF 34.90

Neuer Ton im Management

Genaueres Hinhören und Hinschauen, an kontrollierte Ziele gebundene Leidenschaft, zwischen Gefühl und Verstand ausbalancierte sowie konsequent umgesetzte Entscheidungen: Anhand von Analogien und Beispielen aus der Musikwelt rückt der Dirigent und Kommunikationsexperte den Dreiklang der Führungskompetenz ins Bewusstsein.



Matthias Müller
«Wie entscheiden Sie?»
Weber Verlag, 219 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-03818-053-1, CHF 41.90

Führungsfragen

Führung, sei es in der Wirtschaft, in der Armee oder im Verein, heisst: entscheiden, motivieren und Verantwortung zu übernehmen. Der Vorgesetzte entscheidet, welcher Weg gegangen wird. Anhand praktischer und sehr menschlicher Beispiele lädt der Autor Matthias Müller den Leser ein, in die Rolle des Vorgesetzten zu schlüpfen.



Roger Schmid
«Der Kunde ist dein grösster Fan»
Stämpfli Verlag, 192 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-7272-1451-6, CHF 39.90

Die Service-Strategie

Service umfasst alles: die Vision einer Firma, deren Strategie, die Unternehmenskultur, die Umsetzung in Strukturen, Prozessen und Informatiksystemen und schliesslich die Produkte selbst. Mit der Service-Strategie in diesem Buch kann es jedem gelingen, seine Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten zu begeistern und zu seinen grössten Fans zu machen.



Hans-Jörg Vohl
«Balanced Scorecard im Mittelstand»
Murrnann Verlag, 213 Seiten, brosch.
ISBN 978-3-86774-428-7, CHF 21.40

Veränderungsprozesse

Der Nutzen der sogenannten Balanced Scorecard (BSC) als Steuerungs- und Bewertungsinstrument von Veränderungsprozessen ist unbestritten. Die BSC hilft, die Komplexität der Unternehmenswelt zielgerichtet zu reduzieren. Mit diesem Buch wird mittelständischen Firmen und Entscheidern ein leichter Zugang zur Anwendung der BSC ermöglicht.



Franziska Brandt-Biesler, Rainer Krumm
«So wird verkauft!»
Gabal Verlag, 217 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-665-4, CHF 42.90

Werteorientierter Verkauf

Dieses Buch ist das erste zum Thema wertorientiertes Verkaufen und nutzt das 9 Levels of Value System. Zahlreiche Beispiele aus der vertrieblichen Praxis und die Gegenüberstellung der Wertelevel von Verkäufern und Kunden machen dieses informative und unterhaltsame Buch zu einem unverzichtbaren Praxisratgeber für alle Verkäufer.



Nicole Brandes
«WE-Q»
Europa Verlag, 183 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-95890-018-9, CHF 27.90

Wir-Intelligenz

Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt in rasantem Tempo und stellt Manager, Unternehmer und Mitarbeiter vor eine der grössten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts: Komplexität. Die Autorin erklärt, wie ein Unternehmen und dessen Führungskräfte die nötige «Wir-Intelligenz» entwickeln, um künftig Spitzenresultate zu ermöglichen.