

BUCH DES MONATS

Einkaufswelten schaffen

Egal wie groß, egal welcher Typ, egal welche Branche: Wer als stationärer Händler heute bestehen will, muss seinen Kunden einen Grund liefern, vorbeizukommen. Und der Ladenbau spielt in dem Begeisterungsmix eine gewichtige Rolle. Der Berater Daniel Schnödt zeigt anschaulich und praxisnah, wie Händler je nach Kundenzielgruppe eine Atmosphäre zum Wohlfühlen schaffen können. Neben dem Status quo und den aktuellen Branchentrends wird der Leser mit den Besonderheiten des multisensualen Marketings vertraut gemacht. Zudem werden von der Fassade über das Schaufenster bis hin zum Verkaufsraum und dem Mobiliar alle Ladenbereiche analysiert sowie Besonderheiten wie Wegeführung und Raumerschließung genauer betrachtet. Zahlreiche Skizzen, Grundrisse, Tabellen, Checklisten und aktuelle Bildbeispiele aus dem Handel runden den Ladenbau-Ratgeber ab.



Daniel Schnödt: Inszenieren, verführen, mehr verkaufen. Deutscher Fachverlag, Frankfurt 2017. 192 Seiten, 68 Euro.

Verlosung

Der Handel verlost drei Exemplare des Buches des Monats. Alle Infos hierzu unter

etailment.de/buch0917

In der Juli-/August-Ausgabe haben wir drei Exemplare des Buches „Familienunternehmen“ verlost. Gewinner bei unserer Bücherverlosung sind: Herbert Brahn (Pforzheim), Lutz Koppelow (Wustermark), Lars Rinkewitz (Langenfeld).



M. Bognanni; S. Prange: Made in Germany. Campus Verlag, Frankfurt 2017. 224 Seiten, 19,95 €.

Keine Angst vor Umwälzungen

Ob Industrialisierung oder Weltkrieg: Die deutsche Wirtschaft hat gezeigt, dass sie mit Veränderungen zu-rechtkommt. Anhand von 20 „Sternstunden“ zeigen die Autoren, mit welchen Tugenden Größen wie Bertha Benz, die Albrecht-Brüder oder Dietmar Hopp die deutsche Wirtschaftsgeschichte prägten – und warum Unternehmer auch heute nicht vor der Moderne verzagen sollten.



Torsten Schwarz: Erfolgreiches Online-Marketing. Haufe Verlag, Freiburg 2017. 288 Seiten, 39,95 Euro.

Richtiges Werben im Internet

Onlineshop, Suchmaschine, Newsletter: Für viele Händler ist Onlinemarketing inzwischen selbstverständlich. Doch selten werden alle Möglichkeiten ausgenutzt. Der Ratgeber zeigt alten Online-Hasen wie auch Einsteigern auf, worauf es rund um die Werbung im Netz ankommt. Ergänzt wird das Buch von Checklisten, Werkzeugen und Praxisbeispielen, die man online abrufen kann.



B. Oestereich, C. Schröder: Das kollegial geführte Unternehmen. Vahlen Verlag, München 2016. 320 Seiten, 34,90 Euro.

Wenn der Chef gewählt wird

Neue Zeiten erfordern neue Führungsmodelle. Statt die Verantwortung zentral auf einige wenige zu beschränken, ist sinnvoller, sie dezentral auf viele Kollegen zu verteilen. So klingen Szenarien, bei denen Mitarbeiter ihren Chef wählen, neue Kollegen einstellen und ihr Gehalt gemeinsam festlegen, für viele abenteuerlich, sind aber in einigen erfolgreichen Unternehmen schon Realität.