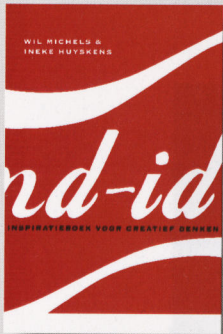


BRAND-ID

Door Wil Michels en Ineke Huyskens

Logica is onmisbaar, maar creativiteit maakt het verschil. Al huist volgens *Brand-id* in iedereen – in meer of mindere mate – een creatieve geest, voor velen is het razend moeilijk om de gebaande paden te verlaten en zonder voorbehoud naar nieuwe oplossingen te zoeken. Met hun boek willen Michels en Huyskens ondernemers helpen om los te komen van vastgeroeste denkpatronen. Uiteindelijk doel en centraal thema: hoe creëer ik een inspirerend merk, waarvan kopers meer fan dan klant zijn. *Brand-id* biedt hiertoe niet alleen inspiratie en oefeningen, maar bevat ook een concreet stappenplan. Zo kan de lezer gestructureerd aan de slag met de creatieve ontwikkeling van zijn merk.

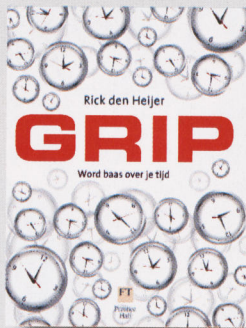
192 pag. ISBN 978-90-5871-448-0,
Thema. € 34,95.



GRIP

Door Rick den Heijer

Rick den Heijer schreef een handzaam boek met tips en trucs om effectief met tijd om te gaan. De auteur van *Grip* weet waarover hij het heeft, want hij is tandarts: een beroep waarbij het letterlijk draait om het managen van minuten. Er zijn veel theorieën en methodes om het optimale uit de beperkte beschikbare tijd te halen. Den Heijer constateert dat vrijwel iedereen moeite heeft om deze gedurende lange tijd consequent vol te houden. Daarom ligt bij *Grip* veel nadruk op de praktische toepasbaarheid. Niet voor niets begint het boek met een hoofdstuk over snellezen. Aan de orde komen onder meer prioriteiten, doelen en tijdverslinders. Den Heijer houdt de lezer regelmatig een spiegel voor en komt met relevante analyses en quotes. Onder



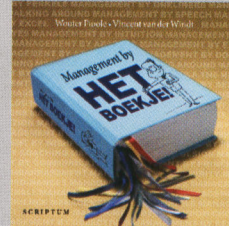
meer de navolgende bleef lang hangen: iemands succes in het leven kun je afmeten aan het aantal ongemakkelijke gesprekken dat hij bereid is te voeren.

127 pag. ISBN 978-90-4302-115-9,
Pearson Education. € 14,95.

MANAGEMENT BY HET BOEKJE

Door Wouter Fioole en Vincent van der Windt

Een managementtheorie als heilige graal? Fioole en Van der Windt relativeren het belang van hypes en trends. In *Management by het boekje* zetten zij zo'n veertig methodes op een rij en brengen ontstaan, kenmerken en nut beknopt in kaart. Het gaat om serieuze maar soms ook minder wetenschappelijke varianten: management by walking around, by exception, by absence en by sexual harassment – met dank aan Eckart Wintzen. De auteurs beschrijven de theorieën vaak met een knipoog, maar altijd met inhoudelijke boodschap. Bij elke methode wordt verwezen naar bronnen voor meer informatie. Belangrijkste algemene conclusie: wees realistisch, houd beide benen op de grond en blijf vooral jezelf.



220 pag. ISBN 978-90-5594-763-8,
Scriptum. € 16,-.

nieuwe tijden,
nieuwe oplossingen

rijk zakendoen
voor ondernemende vernieuwers
en vernieuwende ondernemers

désirée murk-scholten

met bijdragen van:
paul de blot, johan bontje,
salem samhoud



RIJK ZAKENDOEN

Door Désirée Murk-Scholten

Waarom Hema, V&D en Bijenkorf niet konden vermenigvuldigen, een communicatiebureau voortdurend medewerkers verloor en iemand bij een reorganisatie steeds het onderspit moest delven. Het is geen toeval, legt Désirée Murk uit in *Rijk zakendoen*. Er zit een systeem achter. Organisaties en mensen leven vaak in hun bovenstroom; de focus ligt op producten, klanten en de eigen rollen. Maar als deze elementen niet volledig matchen met de onderstroom, wordt het trekken en duwen om zaken voor elkaar te krijgen. Al levert het financieel misschien nog wel wat op, maatschappelijk is sprake van verarming. Daarom stelt Murk dat mensen en bedrijven hun eigen onderstroom moeten volgen. Dit maakt innovatie vanuit een hoog bewustzijn mogelijk. Er kunnen vernieuwende concepten worden ontwikkeld die klanten waarderen en mensen vinden een plek die zowel financiële als persoonlijke bevrediging geeft.

160 pag. ISBN 978-90-8159-351-9, *Nieuwe Zakelijkheid*. € 16,90.