

The Science Of Selling Proven Strategies To Make Your Pitch Influence Decisions And Close The Deal

Thank you for downloading **The Science Of Selling Proven Strategies To Make Your Pitch Influence Decisions And Close The Deal**. As you may know, people have search numerous times for their favorite books like this The Science Of Selling Proven Strategies To Make Your Pitch Influence Decisions And Close The Deal, but end up in harmful downloads.

Rather than enjoying a good book with a cup of coffee in the afternoon, instead they juggled with some malicious bugs inside their computer.

The Science Of Selling Proven Strategies To Make Your Pitch Influence Decisions And Close The Deal is available in our digital library an online access to it is set as public so you can get it instantly. Our book servers saves in multiple locations, allowing you to get the most less latency time to download any of our books like this one. Merely said, the Science Of Selling Proven Strategies To Make Your Pitch Influence Decisions And Close The Deal is universally compatible with any devices to read

*Die 1%-Methode – Minimale Veränderung, maximale Wirkung*JAMES CLEAR 2020-04-21 Das Geheimnis des Erfolgs: »Die 1%-Methode«. Sie liefert das nt tige Handwerkszeug, mit dem Sie jedes Ziel erreichen. JAMES CLEAR, erfolgreichere Coach und einer der führenden Experten für Gewohnheitsbildung, zeigt praktische Strategien, mit denen Sie jeden Tag etwas besser werden bei dem, was Sie sich vornehmen. Seine Methode greift auf Erkenntnisse aus Biologie, Psychologie und Neurowissenschaften zurück und funktioniert in allen Lebensbereichen. Ganz egal, was Sie erreichen möchten – ob sportliche Höchstleistungen, berufliche Meilensteine oder persönliche Ziele wie mit dem Rauchen aufzuhören –, mit diesem Buch schaffen Sie es ganz sicher.

Drive DANIEL H. PINK 2010-09-13 Sind wir nicht alle davon überzeugt, dass wir am besten mit überflüssigen Anreizen wie Geld und Prestige oder durch "Zuckerbroten und Peitsche" zu motivieren sind? "Alles falsch", sagt DANIEL H. PINK in seinem provokanten und zukunftsweisenden Buch. Das Geheimnis unseres persönlichen Erfolges ist das zutiefst menschliche Bedürfnis, unser Leben selbst zu bestimmen, zu lernen, Neues zu erschaffen und damit unsere Lebensqualität und unsere Welt zu verbessern. DANIEL H. PINK enthüllt die Widersprüche zwischen dem, was die Wissenschaft weit, und dem, was die Wirtschaft tut – und wie genau dies jeden Aspekt unseres Lebens beeinflusst. Er demonstriert, dass das Prinzip von Bestrafung und Belohnung exakt der falsche Weg ist, um Menschen für die Herausforderungen von Heute zu motivieren, egal ob in Beruf oder Privatleben. In "Drive" untersucht er die drei Elemente der wirklichen Motivation – Selbstbestimmung, Perfektionierung und Sinnerfolg – und bietet kluge sowie bererraschende Techniken an, um diese in die Tat umzusetzen. DANIEL H. PINK stellt uns Menschen vor, die diese neuen Ansätze zur Motivation bereits erfolgreich in ihr Leben integriert haben und uns damit entschlossen einen außergewöhnlichen Weg in die Zukunft zeigen.

GLücklich ohne Grund? MARCI SHIMOFF 2010

Schwierige Verhandlungen WILLIAM URY 1995

Das Harvard-Konzept ROGER FISHER 2015-05-20 »Das Harvard-Konzept« gilt als das Standardwerk zum Thema Verhandeln – heute genauso wie vor 30 Jahren. Ob Gehaltsverhandlungen mit dem Chef, Tarifverhandlungen der Gewerkschaften, politische Konflikte auf hochster Ebene: Für Praktiker sämtlicher Berufsgruppen hat sich das sachbezogene Verhandeln als die wirksamste Methode bewährt, um Differenzen auszuräumen und zu einer gemeinsamen, bestmglichsten Lsung zu finden. Anlsslich des Jubilums der deutschsprachigen Ausgabe erscheint es hier in einer attraktiven Sonderausgabe.

Sell More with Science DAVID HOFFELD 2022-03-24 The groundbreaking system scientifically proven to increase your performance and launch you to unprecedented levels of success. In sales, you need every advantage you can get. In sell more with science, world-leading expert, DAVID HOFFELD, applies science to selling, sharing his revolutionary three-part system for sure-fire sales success at home, at work, and out in the world. Sell more with science utilizes research studies from social psychology, neuroscience and behavioral economics to reveal actionable insights you can use to grow your sales, achieve more, and stay ahead of the competition. You'll discover: - Two evidence-based mindsets that will help you earn more sales - Seven strategies that will boost your chances of reaching any goal - Powerful principles that will enhance your ability to guide potential clients into positive buying decisions - Ways to win day-to-day interactions - In business and beyond - How to reframe any idea or situation - What it means to sell with integrity - A science-backed formula you can follow to create positive career change - And much more Filled with practical insights and exercises, Sell More with Science is a game-changing guide for anyone who wants to take their influence, sales, or career to new heights.

Die Pomodoro-Technik in der Praxis STAFFAN Ntberg 2011

Auf der Serviette erklrt DAN ROAM 2019-06-17 Um in Meetings und Geschäftsverhandlungen zu überzeugen, greifen viele zu PowerPoint-Präsentationen. Was aber, wenn eine wichtige Verhandlung kurzfristig in einem Restaurant, am Flughafen oder im Zug stattfinden muss, und keine Zeit für umfassende Vorbereitung bleibt? Dann gilt es Ideen spontan auf Servietten, die Rcksseite von Kassensbons oder Visitenkarten zu skizzieren, um die Wirksamkeit eines Ansatzes beweisen, versteckte Lösungen finden und sich behaupten zu können. In seinem Klassiker **Auf der Serviette erklärt** zeigt DAN ROAM nun schon seit zehn Jahren, wie man Geschäftsideen in Kopf visualisiert, auf den Punkt bringt und aus dem Stegreif ein Schaubild entwirft. Er beweist in vielen Beispielen und Skizzen, dass so ziemlich jeder Businessfall auf einem Bierdeckel Platz findet!

Denken hilft zwar, nützlich aber nichtAN ARIELY 2009-12-31 Warum wir ticken, wie wir ticken Der Sachbuch-Bestseller des Verhaltens-Psychologen DAN ARIELY erklärt, wie wir Entscheidungen treffen: mit der Logik der Unvernunft kennen Sie das auch? Beim Anblick eines kleinstlichen Desserts fallen uns spontan tausend vernünftige Gründe ein, unser Dnnt-Geld zu brechen. Wir sind fest davon überzeugt, dass teure Produkte besser wirken als billige. Und für jeden von uns gibt es etwas, für das wir bereit sind, deutlich mehr Geld auszugeben, als wir haben – aus ganz vernünftigen Gründen, versteht sich. Bestseller-Autor DAN ARIELY stellt unser Verhalten auf den Prüfstand, um herauszufinden, warum wir immer wieder unvernünftig handeln – und dabei felsenfest überzeugt sind, uns von Vernunft leiten zu lassen. Denn wenn wir Entscheidungen treffen, gehen wir davon aus, dass wir das für und wider vernünftig abwägen. In Wahrheit werden unser Entscheidungen jedoch meist von vorgefassten Urteilen und einer gelernten Weltansicht beeinflusst. Unvernnftige Entscheidungen liegen offenbar in der menschlichen Natur begründet. Ebenso unterhaltsam wie spannend zeigt der renommierte amerikanische Verhaltens-Psychologe DAN ARIELY in seinem Bestseller, wie die meisten unserer Entscheidungen tatsächlich zustande kommen, und wie unvernünftig unsere Vernunft oft ist. »Ein ebenso amüsantes wie lehrreiches Buch.« Der Spiegel

JENSEITS DES HOCKEY STICKS CHRIS BRADLEY 2019-01-23

Aus der Welt MICHAEL LEWIS 2016-12-06 New York Times Bestseller Wie gelangen wir zu unseren Entscheidungen, und warum liegen wir so oft daneben? DANIEL KAHNEMAN war sich immer sicher, dass er sich irrt. AMOS TVERSKY war sich immer sicher, dass er recht hat. Der eine nimmt alles ernst, für den anderen ist das Leben ein Spaß. Die beiden weltberühmten Psychologen und Begründer der Verhaltensökonomie haben mit ihrer gemeinsamen Forschung unsere Annahmen über Entscheidungsprozesse völlig auf den Kopf gestellt. Michael Lewis entspinnt entlang zweier filmreifer Figuren eine fesselnde Geschichte über menschliches Denken in unkalkulierbaren Situationen und die Macht der Algorithmen. In seiner genialen Erzählung führt uns Lewis an die Grenzen unserer Entscheidungen.

The Challenger Sale MATTHEW DIXON 2019-07-15 Gibt es ein Rezept für Verkaufserfolg? Die meisten führungsKRäfte im Vertrieb verweisen hier zuerst auf eine gute Kundenbeziehung – und sie liegen falsch damit. Die besten VerKäufer versuchen nicht nur einfach eine gute Beziehung zu ihren Kunden aufzubauen – sie stellen primär die Denkwesen und Überzeugungen ihrer Kunden in Frage. Basierend auf einer umfassenden Studie mit mehreren tausend Vertriebsmitarbeitern in unterschiedlichen Branchen und Ländern, zeigt THE CHALLENGER SALE, dass das klassische vertriebliche Vorgehen mit dem Aufbau von Beziehungen immer weniger funktioniert, je komplexer die Lösungen sind. Doch wie unterscheiden sich Fertigkeiten, Verhaltensweisen, Wissen und Einstellung der Spitzenverkufer vom Durchschnitt? Die Studie zeigt deutlich, dass die Verhaltensweisen, die den Challenger so erfolgreich machen, replizierbar und strukturiert vermittelbar sind. Die Autoren erklären, wie fast jeder Verkäufer, ausgestattet mit den richtigen Werkzeugen, diesen Ansatz erfolgreich umsetzen kann und so hrere Kundenbindung und letztendlich mehr Wachstum generiert. Das Buch ist eine Quelle der Inspiration und hilft dem Leser, sein Profil als Vertriebler zu analysieren und gezielt zu verändern, um am Ende kreativer und besser zu sein. *Brainology : 100 Ideen, wie Sie mit Neuromarketing Konsumenten überzeugen können* ROBERT DOOLEY 2013

Slideology – Oder die Kunst, brillante Präsentationen zu entwickelnNANCY DUARTE 2009-06-30 Wie viele Präsentationen haben Sie in Ihrem Berufsleben bereits verfolgt? Und Hand aufs Herz: Wie viele davon haben einen bleibenden Eindruck bei Ihnen hinterlassen? Wirklich gute Präsentationen sind noch immer die Ausnahme, denn nur selten werden die Möglichkeiten dieses Mediums optimal genutzt. Wer sein Publikum nachhaltig überzeugen möchte, muss seine Ideen verdichten und in stimmige Bilder umsetzen. Slideology setzt hier an und fhrt Sie in die Kunst des visuellen Erzählens ein. Die Autorin Nancy Duarte weit, wovon sie spricht: Sie leitet Duarte Design, das Unternehmen, das unter anderem die Slide-Show in Al Gores Oscar-Prmierem Film Eine unbequeme Wahrheit entwickelt hat. In Slideology gewährt Sie tiefe Einblicke in ihr umfangreiches Wissen als Designerin. Anhand von Fallstudien bringt sie Ihnen darüber hinaus die Visualisierungsstrategien einiger der erfolgreichsten Unternehmen der Welt nahe. Slideology zeigt Ihnen unter anderem, wie Sie: - Ihr Publikum gezielt ansprechen - Ihre Ideen auf den Punkt bringen und ein stimmiges Design entwickeln - Ihre Aussagen mit Farben, Bildern und prägnantem Text unterstützen - Grafiken erstellen, die Ihren Zuhörern das Verständnis erleichtern - Prsentationstechnologien optimal nutzen

Sind Sie hochsensibel? ELAINE N. ARON 2011-10-27 Intensiver sehen, hören, fühlen – wenn Ihre Empfindungen Sie zu überwältigen drohen, Wie nehmen Sie Ihre Welt wahr? Beeinträchtigen Lärm, Geruche oder Stress Ihr Wohlbefinden? Sie eine reiche Vorstellungskraft und lebendige Träume? Sprechen Sie Feinheiten in Ihrer Umgebung auf und können Sie sich auf Ihre Intuition verlassen? Wenn Sie diese Fragen mit "Ja" beantworten, dann sind Sie wahrscheinlich hochsensibel und bererstd feinfühlig in der Wahrnehmung bererer Eindrücke. Hochsensiblen Menschen stoßen im Alltag jedoch auf vielerlei Schwierigkeiten und werden oft fälschlicherweise als schtzern stigmatisiert. Elaine N. Aron ist selbst hochsensibel. Einflssam und fundiert, basierend auf wissenschaftlichen Untersuchungen und Hunderten von Gesprächen, gibt sie einen umfassenden Einblick in das Phänomen Hochsensibilitt. Sie gibt Ratschläge im Umgang mit Hürden im Alltag und erläutert, wie hochsensiblen Menschen zu einem ganz neuen Selbstbewusstsein finden.

Summary of the Science of Selling: Proven Strategies to Make Your Pitch, Influence Decisions, and Close the Deal by David Hoffeld BestPrint 2021-06-28 The Science of Selling (2016) is a detailed handbook on the science of making a sale. Combining insights from neuroscience and social psychology, this guide presents an evidence-based approach to making a convincing pitch.

Pre-Suasion ROBERT CIALDINI 2017-02-16 So bekommen Sie, was Sie wollen! Immer wieder kommen Sie in Situationen, in denen Sie andere in ihrem Verhalten beeinflussen wollen. Ihr Kunde soll den Kaufvertrag unterschreiben oder Ihr Kind soll Vokabeln lernen. Egal wie: Die anderen sollen sich von uns überzeugen lassen und endlich Ja sagen. Doch wie bringen wir sie dazu? Der Sozialpsychologe und Meister der Beeinflussung ROBERT CIALDINI hat es herausgefunden: Die überzeugendsten Verhandler gewinnen den Deal, schon bevor es zum eigentlichen Gespräch kommt. Wie sie das machen und wie auch Ihnen das

gelingt, zeigt dieses Augenffnende Buch.

Der Weg des wahren Mannes DAVID DEIDA 2014-01-23 Der ultimative spirituelle Wegweiser für Männer. Was ist meine wahre Bestimmung im Leben? Was wollen die Frauen wirklich? Was macht einen guten Liebhaber aus? DAVID DEIDA untersucht die wichtigsten Themen im Leben eines Mannes von Karriere und Familie über Frauen und Intimität zu Liebe und Spiritualität. Um Männern einen praktischen Wegweiser für ein Leben in Integrität, Echtheit und Freiheit zu geben. Mit klaren Hinweisen, stärkenden Erkenntnissen, Klärungen und vielem mehr unterstützt Sie der international anerkannte Experte für Sexualität und Spiritualität, ein erfhltes Leben zu verwirklichen jetzt sofort und ohne Kompromisse! "Es ist an der Zeit, sich über das Macho-Ideal nur Rückgrat und kein Herz hinauszuentwickeln," schreibt DAVID DEIDA. "Es ist an der Zeit, sich über das sensible Softie-Ideal, nur Herz und kein Rückgrat, hinauszuentwickeln."

Der achtsame Weg zur Selbstliebe CHRISTOPHER GERMER 2010

Buyology MARTIN LINDSTROM 2009-08-10 Was wissen wir eigentlich wirklich darüber, warum wir kaufen, was wir kaufen? Niemand hat bisher erschlossen, was genau in unserem Gehirn passiert, wenn wir Kaufentscheidungen treffen – der Marketingguru MARTIN LINDSTROM ändert das jetzt. In seinem Bestseller »Buyology«, der in 25 Sprachen übersetzt wurde, präsentierte der gebürtige Dänemark die faszinierenden Ergebnisse seiner revolutionären Neuromarketingstudie, in der er erstmals die unmittelbare Wirkung von Marketing auf das menschliche Gehirn untersucht. Er zeigt, was selbst die raffiniertesten Unternehmen, Werbemacher und Marketer noch nicht über unsere Kaufgedanken wissen, räumt mit den gängigen Vorurteilen über unser Kaufverhalten auf und liefert uns spannende Erkenntnisse über die Beeinflussung unserer Entscheidungen, unser Kaufverhalten und letztlich uns selbst.

Die Wissenschaft des Reichwerdens (bersetzt) WALLACE D. WATTLER 2021-10-22 Dieses Buch ist pragmatisch, nicht philosophisch; ein praktisches Handbuch, keine theoretische Abhandlung. Es richtet sich an jene Männer und Frauen, deren dringlichstes Bedürfnis das Geld ist; jene, die erst reich werden und dann Philosophieren wollen. Es richtet sich an diejenigen, die bisher weder die Zeit noch die Mittel noch die Gelegenheit gefunden haben, sich in das Studium der Metaphysik zu vertiefen, die aber die Ergebnisse wollen und bereit sind, die Schlussfolgerungen der Wissenschaft als Grundlage für ihr Handeln zu nehmen, ohne auf die Prozesse einzugehen, durch die diese Schlussfolgerungen erreicht wurden. Geht davon aus, dass der Leser seine grundlegenden Aussagen vertrauensvoll akzeptiert, so wie er auch Aussagen über ein elektrisches Gesetz akzeptieren würde, wenn sie von einem Marconi oder einem Edison verbreitet würden; und dass er, wenn er diese Aussagen vertrauensvoll akzeptiert, ihre Wahrheit beweisen wird, indem er sie ohne Angst oder Zögern in die Praxis umsetzt. Jeder Mann oder jede Frau, der/die dies tut, wird mit Sicherheit reich werden; denn die hier angewandte Wissenschaft ist eine exakte Wissenschaft, und Versagen ist unmöglich. Beim Schreiben dieses Buches habe ich alles andere der Klarheit und Einfachheit des Stils geopfert, damit es alle verstehen können. Der hier vorgestellte Aktionsplan wurde gründlich getestet und hat die höchste Prüfung der Praxis bestanden: Er funktioniert.

Die 10X-Regel GRANT CARDONE 2019-09-27 Erfolg ist Ihre Pflicht, Verpflichtung und Verantwortung. Das Buch von GRANT CARDONE liefert Ihnen eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie phänomenalen Erfolg für sich selbst erzielen können! Mit der 10X-Regel lernen Sie, den Aufwand festzulegen, der erforderliche ist, um herausragenden Erfolg zu garantieren und sicherzustellen, dass Sie Ihr Leben lang auf dieser Ebene weiterarbeiten können. Viele Menschen wünschen sich Erfolg und haben großartige Ideen, aber sie ergreifen nicht die Maßnahmen, die erforderlich sind, um ihr Leben auf das außergewöhnliche Niveau zu bringen, das sie verdienen. Die meisten Menschen arbeiten nrlich mit nur drei Aktionsgraden: keine Aktion, Rückzug oder normale Aktion. Aber wenn Sie große Ziele verfolgen wollen, müssen Sie auf die nächste Stufe gehen – den begehrten vierten Grad der Aktion: "Massive Action". Dieser 4. Grad, auch bekannt als die 10X-Regel, ist die Handlungsebene, die Unternehmen und Einzelpersonen garantiert, ihre Ziele und Träume zu verwirklichen. Die 10X-Regel zwingt Sie, sich von allen anderen auf dem Markt abzusetzen – und zwar, indem Sie das tun, was andere nicht tun wollen. Streben Sie nach dem Großen – in allen Bereichen Ihres Lebens. Die 10X-Regel führt Sie zu der Geisteshaltung, die alle erfolgreichen Menschen teilen: "Steckt euch zehnmal hrere Ziele, betrachtet von dem Stadium aus, wo ihr gerade seid. Und selbst wenn ihr diese Ziele nicht ganz erreicht, werdet ihr immer noch weitergekommen sein, als wenn ihr auf dem aktuellen Status quo eures Lebens stehen geblieben wrt." Die 10X-Regel lehrt Sie: - Ziele zu erreichen, die Sie bisher für unmöglich hielten; - ein beispielloses Maß an Glück und Zufriedenheit in jedem Bereich Ihres Lebens zu erreichen; - die Angst als Treibstoff zu nutzen, um sich in Aktion zu versetzen; - Ihre Konkurrenz zu dominieren und zum Vorbild für den Erfolg zu werden.

Guerrilla Marketing des 21. Jahrhunderts JAY CONRAD LEVINSON 2011-08-08 Kleiner Einsatz, große Wirkung. Einfallsreiche Werbeaktionen, die möglichst wenig Geld kosten – das ist der Grundgedanke des Guerrilla Marketings. Der Marketing-Experte JAY C. LEVINSON präsentierte in diesem Standardwerk sein revolutionäres Konzept: kreative Ideen und Aktionen, die mit kleinem Mitteleinsatz große Wirkungen erzeugen. Dabei zieht er alle Register und beweist anhand vieler praktischer Beispiele, wie einfach es ist, Chancen für sich zu nutzen und das Marketing schneller, schlanker, flexibler und effektiver zu machen.

Geniale Strrme STEVE SILBERMAN 2016-10-18 »Faszinierend zu lesen – ein Buch für jeden, der sich für Autismus und das menschliche Gehirns interessiert.« Oliver Sacks Was ist Autismus? Eine verheerende Entdeckungssrung, eine lebenslange Behinderung? Oder aber eine ganz normale kognitive Eigenheit, verwandt mit Formen des Genies? In Wahrheit ist Autismus das Alles und noch mehr. In einer einzigartigen Mischung aus Historie, Reportage und wissenschaftlicher Studie kommt STEVE SILBERMAN in seinem bahnbrechenden Buch dieser bis heute mysteriösen neuronalen Besonderheit auf die Spur. Er hat jahrelang die geheime Geschichte des Autismus recherchiert. Zudem findet er bererraschende Antworten auf die Frage, warum die Zahl der Diagnosen in den letzten Jahren gestiegen ist. Dabei nimmt SILBERMAN den Leser mit auf eine Kreuzfahrt nach Alaska – an Bord die führenden Programmierer des Silicon Valley. Oder auch ins London des 18. Jahrhunderts, wo der exzentrische HENRY CAVENDISH das ohmsche Gesetz entdeckte – aber niemandem davon erzählte. Und wir hören die Geschichte von HANS ASPERGER, der seine kleinen Patienten vor den Nazis zu beschützen versuchte. Am Ende aber zeigt uns STEVE SILBERMAN in seinem wunderbar erzählten, empathischen Buch, dass wir Autisten und ihre Art zu denken brauchen. *Confronting Capitalism* PHILIP KOTLER 2016-06-15 1989: Der Kommunismus ist tot, der Kapitalismus hat sich als das überlegene System erwiesen. 2008: Die Wall Street bringt die Weltwirtschaft an den Rand des Zusammenbruchs. 2015: Wir können nicht mehr die Augen vor gravierenden ökonomischen Problemen verschließen. PHILIP KOTLER schaut ganz genau in. In seinem neuen Buch legt er den Finger in die Wunden des Kapitalismus. Er identifiziert und analysiert insgesamt 14 strukturelle Mängel: zunehmende Armut, wachsende Ungleichheit, Jobverlust durch Automatisierung, Umweltzerstörung, Profitorientierung, ... Kotler zeigt, woran der Kapitalismus krankt – und welche Manahmen wir ergreifen mssen, um "das beste aller Wirtschaftssysteme" wieder zukunftsFhig zu machen.

The Neuroscience of Selling JOHN ASHER 2019-11-01 A revolutionary way to increase your sales! Sales is not just about logic and emotion. Extraordinary salespeople are top earners because they understand the deeper levels of the brain and how buyers think. Global sales expert JOHN ASHER explores these hidden biases and brain stimuli, and provides tips and techniques to: increase your likeability Steer a profitable conversation Stand out from the competition Win customers for life! Discover real sales success and bring new value to your company!

Lean Startup ERIC RIES 2014-10-10 Der Weg zum eigenen Unternehmen ist nie ohne Risiko. Und bis die Firma sich auf dem Markt etabliert hat, dauert es. Wer doch scheitert, verliert in der Regel viel Geld. Genau hier setzt das Konzept von ERIC RIES an. Lean Startup heißt seine Methode. Sie ist schnell, ressourcenfreundlich und radikal erfolgsorientiert. Anhand von durchgespielten Szenarien kann man von vornherein die Erfolgsaussichten von Ideen, Produkten und Märkten bestimmen. Und auch während der Gründungsphase wird der Stand der Dinge ständig berprft. Machen, messen, lernen – so funktioniert der permanente Evaluationsprozess. Das spart enorm Zeit, Geld und Ressourcen und bietet die Möglichkeit, spontan den Kurs zu korrigieren. Das Lean-Startup-Tool hat sich schon zigtausenfach in der Praxis bewährt und setzt sich auch in Deutschland immer stärker durch.

Value Proposition Design ALEXANDER OSTERWALDER 2015-02-09 Bücher zur Produktentwicklung gibt es viele. Dennoch ist die Quote an Flops immens. Mit ALEXANDER OSTERWALDERS »Value Proposition Design« wäre das nicht passiert! Der Erfinder von »Business Model Generation« liefert die kreative Bauleitung für innovative Produkte. Sein Ziel: Schluss mit sinnlosen Dingen, die kein Wert. Mit OSTERWALDERS bewährtem Canvas-Konzept entsteht spielerisch die perfekte Passform zwischen Produkt und Kunde. Praxisorientiert zeigt das Buch, wie aus der Idee ein Must-have wird. Ein Online-service mit Tools, Tests und Fallstudien sowie die Schnittstelle zur Business-Model-Generation-Community werden als Powerpaket. Der neue Osterwalder mit Haben-wollen-Effekt!

Selling All-in-One For Dummies CONSUMER DUMMIES 2012-02 Combines new technology with information and facts from seven previous books to provide tips and tactics on how to improve sales results and expand a business.

Das Gold SIE HIERHER BRACHT HAT, WIRD SIE NICHT WEITERBRINGEN MARSHALL GOLDSMITH 2010-01

Besser als der Zufall CLAYTON M. CHRISTENSEN 2017-10-06 Produkte werden technisch immer ausgefeilter, es gibt dutzende verschiedene Versionen, aus denen der Kunde wählen kann. Trotzdem liegen sie wie Blei in den Regalen. Warum? Hersteller beachten nicht, welchen "Job" ein Produkt oder auch eine Dienstleistung für den Kunden erfüllen soll. Clayton M. Christensen liefert mit dem "Jobs to Be Done"-Ansatz eine umfassende Theorie, wie man die Wünsche der Kunden erkennt und in den eigenen Produkten oder Dienstleistungen umsetzt. Er zeigt die praktische Anwendung und welche Auswirkungen die Methode auf Organisationsstrukturen und Führungsentscheidungen hat. So wird Innovation von der reinen Glücksache zu einem planbaren Prozess, der Unternehmen den entscheidenden Marktvorteil bringt.

Der Selbstheilungsneuro STANLEY ROSENBERG 2018-10

Die Inside-Out-Revolution MICHAEL NEILL 2016-01-13 Veränderung ist unglaublich einfach! Wer wünscht sich nicht große Klarheit, Ruhe und Freiheit, auch in schwierigen Situationen? In seinem bahnbrechenden neuen Buch präsentierte MICHAEL NEILL eine radikal neue Sichtweise, wie das Leben funktioniert, und stellt damit die traditionelle Psychologie auf den Kopf. Dieser Revolution re Ansatz gründet auf drei einfachen Grundsätzen, die erklären, woher unsere Gefühle kommen und wie sich unsere Erlebniswelt in nur wenigen Augenblicken verändern Lässt. Versteh man diese Prinzipien, erkennt man die tiefere Intelligenz, die hinter dem Leben steckt, hat Zugang zu natürlicher Weisheit und Fähigkeit diese Prinzipien anzuwenden und kann grenzenlose Kreativität freisetzen. Dadurch Lässt sich Stress reduzieren, groere Ruhe finden und das Gefühl der Verbundenheit zum Leben wiederentdecken.

LEIDENSCHAFT SCHLÄGT MITTELMASS GRANT CARDONE 2021-06-13 WIR LEBEN IN EINER WELT DER MITTELMÄSSIGKEIT, IN DER JEDER DENSELBE MITTELKLASSEERFOLG ANSTREBT WIE ALLE ANDEREN AUCH. FÜR GRANT CARDONE FÜRHRTE DIESER WEG ZU ARBEITSLOSIGKEIT, ARMUT UND DROGENSUCHT. DANN HÖRTE ER AUF SEINE INNERE STIMME UND ENTFACHTE SEINE GANZE LEIDENSCHAFT, UM SEINE TRÄUME ZU ERREICHEN – HEUTE BESITZT ER EINEN FERNSEHSENDER, EINE VILLA UND EINEN PRIVATJET! HIER ZEIGT ER, WIE JEDER SEINE LEIDENSCHAFT ENTFESSELN KANN, UM DASSELBE ZU ERREICHEN. DIESES BUCH GIBT DEN LESERN DIE INSPIRATION UND DIE WERKZEUGE AN DIE HAND, UM AUS IHREM KOKON DER MITTELMÄSSIGKEIT AUSZUBRECHEN UND IHRE VERRÜCKTESTEN TRÄUME ZU VERWIRKLICHEN.

IN DER STILLE LIEGT DEIN WEG RYAN HOLIDAY 2019-11-06 IM LAUFE DER GESCHICHTE HATTEN GROßE ANFÜHRER, DENKER, KUNSTLEDER UND VISIONÄRE DIE EIGENSCHAFT, LAUNEN ZU ÜBERWINDEN, ABLENKUNGEN ZU VERMEIDEN UND DAS RICHTIGE ZU TUN. DIE ZEN-BUDDHISTEN BESCHRIEBEN ES ALS INNEREN FRIEDEN UND WUSSTEN, DASS ES WICHTIG WAR, OB MAN EIN SAMURAI-KRIEGER ODER EIN MÜNDLICH IST. DIE STOIKER UND EPIKUREER NANNTEN ES ATARAXIE UND GLAUBTEN, DASS ES EIN BOLLWERK GEGEN DIE LEIDENSCHAFTEN DES MOBS, EINE VORAUSSETZUNG FÜR GUTE FÜHRUNG UND EIN WEG ZUR TIEFEN WAHRHEIT SEI. RYAN HOLIDAY NENNT ES STILLE – STABIL SEIN, WÄHREND SICH DIE WELT UM EINEN DREHT. IN DIESEM BUCH SKIZZIERT ER EINEN WEG ZU DIESER ZEITLOSEN, ABER DRINGEND NOTWENDIGEN LEBENSWEISE. AUSGEHEND VON DEN GRÖßTEN DENKERN DER GESCHICHTE, VON KONFUZIUS BIS SENECA, VON MARK AUREL BIS THOMAS HAHN, VON JOHN STUART MILL BIS NIETZSCHE, ZEIGT ER, DASS STILLE NICHT NUR UNTERTÜTIGKEIT IST, SONDERN DAS TOR ZUR SELBSTBEHERRSCHUNG, DISZIPLIN UND KONZENTRATION.

THE SCIENCE OF SELLING DAVID HOFFELD 2016-11-15 THE REVOLUTIONARY SALES APPROACH SCIENTIFICALLY PROVEN TO DRAMATICALLY IMPROVE YOUR SALES AND BUSINESS SUCCESS BLENDING CUTTING-EDGE RESEARCH IN SOCIAL PSYCHOLOGY, NEUROSCIENCE, AND BEHAVIORAL ECONOMICS, THE SCIENCE OF SELLING SHOWS YOU HOW TO ALIGN THE WAY YOU SELL WITH HOW OUR BRAINS NATURALLY FORM BUYING DECISIONS, DRAMATICALLY INCREASING YOUR ABILITY TO EARN MORE SALES. UNLIKE OTHER SALES BOOKS, WHICH PRIMARILY RELY ON ANECDOTAL EVIDENCE AND UNPROVEN ADVICE, HOFFELD'S EVIDENCE-BASED APPROACH CONNECTS THE DOTS BETWEEN SCIENCE AND SITUATIONS SALESPEOPLE AND BUSINESS LEADERS FACE EVERY DAY TO HELP YOU CONSISTENTLY SUCCEED, INCLUDING PROVEN WAYS TO: - ENGAGE BUYERS' EMOTIONS TO INCREASE THEIR RECEPTIVENESS TO YOU AND YOUR IDEAS - ASK QUESTIONS THAT LINE UP WITH HOW THE BRAIN DISCLOSES INFORMATION - LOCK IN THE INCREMENTAL COMMITMENTS THAT LEAD TO A SALE - CREATE POSITIVE INFLUENCE AND REDUCE THE SWAY OF COMPETITORS - DISCOVER THE UNDERLYING CAUSES OF OBJECTIONS AND NEUTRALIZE THEM - GUIDE BUYERS THROUGH THE NECESSARY MENTAL STEPS TO MAKE PURCHASING DECISIONS PACKED WITH ADVICE AND ANECDOTES, THE SCIENCE OF SELLING IS AN ESSENTIAL RESOURCE FOR ANYONE LOOKING TO SUCCEED IN TODAY'S CUTTHROAT SELLING ENVIRONMENT, ADVANCE THEIR BUSINESS GOALS, OR BOOST THEIR ABILITY TO INFLUENCE OTHERS. **NAMED ONE OF THE 20 MOST HIGHLY-RATED SALES BOOKS OF ALL TIME BY HUBSPOT

DIGITALES MARKETING FÜR DUMMIES

RYAN DEISS 2018-02-02 ALS UNTERNEHMEN KOMMT MAN KAUM NOCH UM DIGITALES MARKETING HERUM. JEDOCH FEHLT ES VIELEN MARKETINGABTEILUNGEN AN KNOW-HOW. DA KOMMEN NEUE HERAUSFORDERUNGEN AUF DIE KOLLEGEN ZU: AUF WELCHEN SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN SOLLTE MEIN UNTERNEHMEN AKTIV SEIN? WIE KOMME ICH AN FANS, FOLLOWER UND LIKES? WIE GESTALTE ICH DIE WEBSEITE UND GENERIERE TRAFFIC? »DIGITALES MARKETING FÜR DUMMIES« BEANTWORTET ALL DIESER FRAGEN. AUßERDEM STELLEN DIE AUTOREN VERSCHIEDENE ANALYSETOOLS VOR, MIT DENEN MAN SEINE WERBEKAMPAGNEN PRÜFEN UND OPTIMIEREN KANN. SO GERÄTET, PRÜFEN SIE IHRE UNTERNEHMEN SCHON BALD OPTIMAL IM WEB.

DENKEN SIE GROß DAVID SCHWARTZ 2018-03-12 DER LONGSELLER JETZT ALS SONDERAUSGABE ERFOLGREICHE MENSCHEN VERFOLGEN UND WISSEN GANZ GENAU, WAS SIE WOLLEN. MIT DEM VON DAVID J. SCHWARTZ ENTWICKELTEN PRINZIP DES GROßZIGIGEN DENKENS KANN JEDER SICH DIESE ERFOLGSHALTUNG ZU EIGEN MACHEN. NIEDERLAGEN IN SIEGE VERWANDeln, MIT SELBSTVERTRAUEN DIE EINMAL GESTECKTEN ZIELE ERREICHEN, DAS LEBEN SELBST IN DIE HAND NEHMEN – SEIT ÜBER 50 JAHREN BEHERZIGEN MENSCHEN DIE TIPS UND HINWEISE VON DAVID J. SCHWARTZ. LEGEN SIE FESTGEFAHRENE DENKGewohnheiten AB, DENKEN SIE GROß – UND GLAUBEN SIE AN SICH UND IHREN ERFOLG!

FRAGEN, DIE MIR ZUM HOLOCAUST GESTELLT WERDEN HILDI FRIED 2019-08-19 SEIT ÜBER DREIßIG JAHREN BESUCHT HILDI FRIED WEITERFÜHRENDE SCHULEN UND UNIVERSITÄTEN IN SCHWEDEN, UM ÜBER DEN HOLOCAUST, ANTISEMITISMUS UND RASSISMUS ZU SPRECHEN. SIE IST EINE DER WENIGEN ÜBERLEBENDEN, DIE NOCH ZEUGNIS ABLEGEN KÖNNEN. 1944 WURDE SIE ZWANZIGJÄHRIG NACH AUSCHWITZ DEPORTIERT. NACH IHRER BEFREIUNG ZOG SIE GEMEINSAM MIT IHRER SCHWESTER, DER EINZIGEN ANDEREN ÜBERLEBENDEN IHRER FAMILIE, NACH SCHWEDEN, WO SIE HEUTE NOCH LEBT. AUF DIE DIREKTEN FRAGEN DER JUNGEN ERWACHSENEN ANTWORTET SIE EBENSO KONKRET UND OFFEN WIE EINDRINGLICH UND WEISE. SIE BERICHTET VON DEM TAG, AN DEM IHRE FAMILIE AUS IHRER HEIMATSTADT DEPORTIERT WURDE, VON DER ZEIT IM LAGER UND DEM LEBEN DANACH. ES GELINGT IHR, EINEN EINDRUCK DAVON ZU GEBEN, WAS DER HOLOCAUST FÜR DIE VERFOLGTEN TATSÄCHLICH BEDEUTETE. GERADE IM KONKRETEN WIRD DAS GRAUEN EIN STÜCK WEIT GREIFBAR, RÜCKEN DIE UNVORSTELLBAREN EREIGNISSE NÄHER AN UNS HERAN. ES WIRD DEUTLICH, DASS DAS, WAS EINMAL GESCHEHEN IST, WIEDER PASSIEREN KÖNNTE.

LEBEN ZU VERKAUFEN YUKIO MISHIMA 2020-10-06 »LEBEN ZU VERKAUFEN. VERFOLGEN SIE FREI ÜBER MICH. ICH BIN MÜNDLICH, 27 JAHRE ALT UND KANN GEHEIMNISSE WAHREN.« ALS HANIO DIESER ANZEIGE SCHALTET, AHNT ER NICHT, WAS ER DAMIT LOSTRITT. BALD FINDET ER SICH AUF EINEM WILDEN RITT DURCH EINE WELT VOLLER BLUTRÜSTIGER GANGSTER, VERGIFTETER KAROTTEN, VERZWEIFELTER JUNKIES UND VERLIEBTE VAMPIRFRAUEN WIEDER. WÄHREND SICH UM HANIO HERUM DIE LEICHEN SAMMELN, BLEIBT ER WIE DURCH EIN WUNDER AM LEBEN UND FRAGT SICH, WIE DIESER HILLENMASCHINE GESTOPPT WERDEN KANN. NUR: IST ES NICHT SCHON VIEL ZU SPÄT FÜR EINEN SINNESWANDEL?