

# Leesvoer voor de maartmaand

26-02-2015 09:39

RetailWatching tipt zes boeken die professionals in retail niet kunnen missen. Een selectie van de meest opvallende en inspirerende boeken die onlangs verschenen, met tips voor Nederlandse retailers die de oostgrens over willen in **Starten in Duitsland** en nieuwe inzichten in verantwoord ondernemen in **Verbinden is het nieuwe verkopen**.

## Red de salestijger

De missie van de auteur is om elke verkoper beter te maken door ieder salestalent te ontdekken en te ontwikkelen. Centraal staat de samenstelling en training van een optimaal verkoopteam. Verkopers die klanten met plezier benaderen, weten waarom ze doen wat ze doen en gewaardeerd worden voor hun bijdragen, hebben geen Red Bull nodig om vleugels te krijgen, betoogt dit boek.

Auteur: Marc Dijk

Prijs: 19,95 euro

## Starten in Duitsland

Nederlandse ondernemers die zaken willen doen in Duitsland, vinden in dit boek praktische tips om valkuilen te vermijden. Zo is aandacht voor cultuurverschillen tussen Nederlanders en Duitsers, e-commercevraagstukken en slimme entreestrategieën. Daarnaast worden vragen als 'Hoe krijg ik mijn product de Duitse markt op?' beantwoord. Het boek besluit met een checklist en een praktijkcase van de Nederlandse pizzaketen New York Pizza.

Auteurs: Jan Temmink & Jolanda Luimes

Prijs: 22,50 euro

## Kijken, kijken... anders kopen

Dat de retailwereld anders is, weet iedereen. Door wetenschappelijk onderzoek zijn die wijzigingen goed te verklaren. Wie de oorsprong van alle veranderingen kent, kan ook zijn strategie afstemmen, aldus Molenaar. Hij beschrijft de impact van nieuwe technologie en schetst hoe winkels en winkelgebieden zich moeten aanpassen aan de toekomst.

Auteur: Cor Molenaar

Prijs: 32,95 euro

## Verbinden is het nieuwe verkopen

Auteur Roel Welsing is uitgeroepen tot Marketeer of the Year en deelt tien inzichten in succesvol verantwoord ondernemen. Daarnaast bevat het boek interviews met managers van onder meer La Place, die laten zien wat verantwoord ondernemen in hun organisatie betekent.

Auteur: Roel Welsing

Prijs: 19,95 euro

## Het onderscheidend vermogen

De zes strategieën in dit boek helpen managers bij het creëren van een bedrijfscultuur waarin proactiviteit en samenwerking de norm zijn. De beste prestaties van goed personeel vormen immers het ultieme concurrentievoordeel. Het succes van een organisatie draait dan ook om de vraag of medewerkers betrokken blijven. Iedereen zegt wel dat mensen het belangrijkste kapitaal zijn, maar wat doen ondernemingen daar

actief aan?

Auteurs: Shawn Moon, Susan Dathe-Douglass, Jan Kuipers

Prijs: 24,99 euro

**The new rules of sales and service**

Wie het contact met zijn klanten wil verbeteren met hulp van onder meer big data, content en storytelling, vindt in dit Engelstalige werk een toegankelijk overzicht van verschillende beschikbare mogelijkheden. Zowel sales als service worden door de online beschikbaarheid van informatie radicaal veranderd. Online content wordt de grootste aanjager van verkopen en dit boek laat zien hoe retailers daarvan kunnen profiteren.

Auteur: David Meerman Scott

Prijs: 24,99 euro