



CLAUDIA FISCHER
99 Tipps für erfolgreiche Telefonate
Die Erfolgspotenziale von Telefonaten optimal nutzen

224 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-668-5
€ 24,90 (D) | € 25,60 (A)
GABAL Verlag, Offenbach 2015

Kurz und knackig bringt Telefonexpertin Claudia Fischer die wichtigsten Erfolgsregeln für Telefonate auf den Punkt. Kein Buch, das man von vorne bis hinten durchlesen muss, sondern ein Angebot an den Leser, sich nach und nach die essentiellen Themen praktisch zu erarbeiten – von den Akquise-Hürden über Zuhörersignale bis zu Telefonkonferenzen. Gerade im Zeitalter von Social Media, WhatsApp & Co. ermuntert das Buch, häufiger mal zum Telefonhörer zu greifen. Denn nach wie vor ist das persönliche Gespräch am Telefon der Königsweg zum Kunden. Ein Telefonat ist beziehungsfördernd, meist effektiver als Mails, kann Missverständnisse vermeiden, macht Spaß und bringt schnellere Resultate und Erfolge.



KATHARINA MAEHRLEIN
Erfolgreich führen mit Resilienz
Wie Sie sich und Ihre Mannschaft gelassen durch Druck und Krisen steuern

220 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-669-2
€ 19,90 (D) | € 20,50 (A)
GABAL Verlag, Offenbach 2015

Führung hat sich radikal verändert. Die Führungskräfte von heute und morgen bewegen sich im Spannungsfeld zwischen Führen und Folgen, Vertrauen und Respekt, Macht und Mitgefühl. Dieser Seiltanz kostet Kraft und erzeugt Druck, dem Führungskräfte etwas entgegensetzen müssen. Ohne innere Widerstandsfähigkeit, die sogenannte Resilienz, lässt sich ein Führungsjob heute nicht mehr bewältigen. Der erste Teil des Buches zeigt Führungskräften, wie sie die Herausforderungen ihres Jobs meistern können und wie sie auch unter hohem Druck genügend Widerstandskraft mobilisieren und mit klarem Blick Perspektiven sehen. Im zweiten Teil geht es darum, wie Sie durch einen gesundheitsförderlichen Führungsstil auch die Resilienz der Mitarbeiter entwickeln können, um diese gesund und motiviert zu erhalten.



LARS SCHÄFER
Vertrauen im Verkauf
In 5 Schritten zum glaubwürdigen Verkäufer

165 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-670-8
€ 19,90 (D)| € 20,50 (A)
GABAL Verlag, Offenbach 2015

Wenn durch Lebensmittelskandale, Billigproduktionen in Asien, verbotene Preisabsprachen und vieles mehr der Argwohn der Konsumenten zunimmt und das Vertrauen in Geschäftspartner in Misstrauen umschlägt, haben Sie es als Verkäufer doppelt schwer, erfolgreich zu sein. Erfahren Sie von Lars Schäfer, wie Sie in fünf Schritten Ihre Vertrauenswürdigkeit erhöhen und damit Ihren Kunden die nötige Sicherheit geben, die sie brauchen, um dauerhaft und mit gutem Gefühl bei Ihnen zu kaufen. Nur wer seine Kunden als Partner sieht und sie auch so behandelt, kann sich von der grauen Masse der Verkäufer abheben und eine dauerhafte Kundenbeziehung aufbauen.



DOROTHEE ZAPKE
Die Rhetorikfalle
Warum Rhetoriktipps in die Irre führen und wie Sie wirklich überzeugen

152 Seiten, gebunden
ISBN 978-3-86936-671-5
€ 19,90 (D)| € 20,50 (A)
GABAL Verlag, Offenbach 2015

Niemals die Arme verschränken! Immer lächeln! Bauch rein, Brust raus! – Täglich werden in Charisma- und Rhetorikseminaren solch stereotype Haltungen als rhetorische Patentrezepte propagiert, die angeblich Souveränität und hohe Präsenz ausdrücken sollen. Vergessen Sie's! Wer andere Menschen überzeugen will, tut sich mit antrainierten Standardgesten keinen Gefallen. Dorothee Zapke arbeitet seit 20 Jahren mit Menschen, die ihre persönliche Präsenz verbessern wollen. Im vorliegenden Buch stellt sie jeder der 12 Rhetorikfallen einen wirksamen Übungsansatz gegenüber. Mithilfe dieser Übungen können Sie Ihre ganz persönlichen und authentischen Ausdruckspotenziale wiederfinden. Das erste Buch, das oberflächliche Rhetorik-Tipps entlarvt und anhand von authentischen Fallbeispielen zeigt, worauf es wirklich ankommt.



MARTINA MANGELSDORF

Von Babyboomer bis Generation Z

Der richtige Umgang mit unterschiedlichen Generationen im Unternehmen

172 Seiten, gebunden

ISBN 978-3-86936-672-2

€ 19,90 (D) | € 20,50 (A)

GABAL Verlag, Offenbach 2015

Die einen sind konsensliebend und optimistisch, die anderen unabhängig und kämpferisch, die Dritten anspruchsvoll und super vernetzt. Die Rede ist von Babyboomern und den Generationen X, Y und Z und ihren unterschiedlichen Ansprüchen, Werten und Vorstellungen bezüglich der Arbeitswelt. Personaler und Führungskräfte tun gut daran, die spezifischen Eigenheiten und Präferenzen unterschiedlicher Generationen zu kennen und zu berücksichtigen. Denn nur wer sich mit einer attraktiven Arbeitgebermarke erfolgreich positionieren kann, wird in Zeiten des demografischen Wandels bestehen.

Der Schwerpunkt des Buches liegt auf praktischen Tipps und Anwendungsempfehlungen, damit der Leser sein neu erworbenes Wissen ohne viel theoretischen Hintergrund gleich in die Praxis umsetzen kann. Die Kernaussage des Buches: Keine Generation ist besser oder schlechter als die andere. Unternehmen erzielen die besten Ergebnisse, wenn ihre generationsübergreifenden Teams effektiv zusammenarbeiten und sich gegenseitig ergänzen.