

Do you speak Marketing?

Karl-Heinz von Lackum enträtselt in seinem neuen Buch die Sprache von Marketing und Management

Münster bei Dieburg. Pünktlich zur Frankfurter Buchmesse 2010 erscheint das aktuelle Buch von Karl-Heinz von Lackum mit dem Titel „Do you speak Marketing?“



Ist es nicht erstaunlich, dass gerade in der Kommunikationsbranche so viel schwer verständliches Fachchinesisch gesprochen wird? In Meetings wimmelt es nur so von Akronymen, Modewörtern und Anglizismen. Fachvorträge und Präsentationen bilden oft eine schwer verdauliche Melange aus Betriebswirtschafts-, Psychologie- und IT-Terminologie. Hier setzt das neue Buch von Karl-Heinz von Lackum an.

Was genau ist Built in Obsolence? Wann ist der Moment of Truth? Wie lauten die Kondratieff-Zyklen? Was machen HIWOKS – und was besagen das AAL-Prinzip und der IKEA-Effekt?

Wer mit klassischen Begriffen und mit Neologismen aus Marketing und Unternehmensführung konfrontiert ist, findet im vorliegenden Buch schnelle und alltagsgerechte Erklärungen.

Strategien, Methoden, Sachverhalte werden kurz und einleuchtend erläutert. Mehr als 150 Abbildungen und zahlreiche Fallbeispiele veranschaulichen die Begriffe. Ein Großteil davon stammt aus der beruflichen Praxis des Autors.

Im zweiten Teil des Buchs findet der Leser eine Reihe von Braintools, also Listen und Arbeitshilfen, die ihm Unterstützung bieten und den Marketingalltag erleichtern. Hier werden Kommunikations- und Kreativitätstechniken so beschrieben, dass sie ohne Lernaufwand direkt eingesetzt werden können.

„Do you speak Marketing?“ ist ein anschauliches und ergiebiges Nachschlagewerk für Unternehmer, Selbständige, Freiberufler, Führungskräfte und Marketingverantwortliche und alle, die sich mit Markenführung beschäftigen. Interessierte finden das 212 Seiten starke Werk für 19,80 EUR im Buchhandel.

Leseprobe als ePaper unter www.projekt-design.com/fachbuch

Zur Person:

Karl-Heinz von Lackum ist Praxisexperte für Corporate Branding und seit fast 20 Jahren als Gestalter und Berater in der strategischen Unternehmenskommunikation aktiv. Er entwickelt Branding-Strategien und Unternehmensleitbilder, hält Vorträge und leitet Workshops zum Thema Kommunikation und Markenmanagement. Er begleitet Unternehmen auf dem Weg zur Marke und ist Autor von Fachartikeln und Fachbüchern, darunter der Businessratgeber "Mit Branding an die Spitze".

