

## NYE BØGER | *forretningsudvikling, netværk og etik*



### Tag kunden med til bords – og få et nyt omræjningspunkt for forretningsudvikling

Charlotte Wandorf  
Børsens Forlag, 299 kr.  
224 sider

Kunden har måske ikke altid ret, men uanset hvad, er det kunderne, virksomhederne lever af. Derfor gælder det om at kunne forstå verden med kundens øjne, og det kan man få hjælp til med denne bog. Her kan man læse om, hvordan virksomheden kan arbejde med både nuværende, fremtidige og tidligere kunder, der skal vindes tilbage. Bogen ser bl.a. på, hvordan kunden inddrages i forretningsudvikling og markedsanalyser. Den bygger på et udviklingsprojekt, som bl.a. TDC, SAS og Statoil har deltaget i, og læseren får indblik i, hvordan disse og andre store virksomheder arbejder med deres kunder. Forfatteren rådgiver virksomheder i kunderelationer og er direktør og partner i firmaet Relaton-Lab. [trib]



### Vinderkoncepter – brugerdrevet innovation og forretningsudvikling

Søren Merit og Trine Nielsen  
Børsens Forlag, 460 kr.  
309 sider

Mange aftidens store opfindelser er blevet til ved et tilfælde. Men det er de færreste virksomheder, der har tid og råd til at vente på, at de gode ideer kommer dalende ned fra himlen. Denne bog leverer en metodisk tilgang til innovation og idéudvikling, som går under navnet Conceptuel Opdagelse. Ifølge bogen sikres virksomhedens fortsatte udvikling af vinderkoncepter, bl.a. gennem inddragelse af brugere og kunder samt studier af disses adfærdsmønstre og præferencer. Søren Merit er ekspert i brugerdrevet innovation og forretningsudvikling, og Trine Nielsen har arbejdet med innovation og produktudvikling i mediebranchen i mange år. [trib]



### De nye pionerer – om sociale innovatører, der skaber vækst, værdi og en bedre verden

Tania Ellis  
Jyllands-Postens Forlag, 349 kr.  
224 sider

Det er ikke en tilfældighed, at netop denne bog bærer det Nordiske Miljømærke. Alt andet end et miljørigtigt tryk ville stå i skarp kontrast til bogens tema: Etisk og bæredygtig virksomhed. Udviklingen går mod et erhvervsliv, hvor det ikke er nok at tænke i kroner og øre, hvis man skal overleve som virksomhed. Det sociale ansvar er kommet på dagsordenen, og skal man tro forfatteren bag bogens forord, Mads Øvlisen, er det kommet for at blive. Bogen præsenterer en række danske og internationale virksomheder, der forener etik og forretning og tilmed tjener penge på det. Dansk-britiske Tania Ellis er executive MBA med en lang lederkarriere bag sig. [trib]



### Netværks kagebogen – opstart, facilitering og organisering af netværk

Marina Hjørdis  
Aalborg Erhvervsråd, 220 kr.  
224 sider

"Brug dit netværk," lyder svaret på snart sagt alle udfordringer, vi som mennesker står over for. Men det kræver jo, at vi har et netværk, der kan bruges. Bogen her er en abc i skabelse af levedygtige netværk. Ud fra studier af både velfungerende og døende netværk, der også fungerer som cases i bogen, giver forfatteren sit bud på, hvilke ingredienser, der indgår i opskriften på forskellige typer af netværk. Maria Hjørdis Marina er uddannet inden for innovation & entrepreneurship samt arkitektur og har i dag konsulentvirksomheden ChangeAgents. [trib]



### Logistik i virksomheden

Tina Holck og Lisbeth Jensen  
Erhvervsskolernes Forlag, 375 kr.  
363 sider

Levering til tiden, kvalitet og fleksibilitet er nøgleord for virksomheder, der vil klare sig i konkurrencen i dag. I bogen gennemgås virksomhedens funktioner for at finde frem til en mere effektiv logistik igennem hele forsyningskæden. I bogen findes cases, modeller og opgaver, der både kan bruges til undervisning og som inspiration til virksomhederne. Bogens forfattere er begge diplomingeniører med speciale i produktion. [trib]