

Enkele leestips in willekeurige volgorde zoals vermeld in 'Het Marketingwiel'. De boeken zijn verkrijgbaar via de websites van [www.managementboek.nl](http://www.managementboek.nl), [www.bol.com](http://www.bol.com), [www.vangorcum.nl](http://www.vangorcum.nl), [www.sdu.nl](http://www.sdu.nl), [www.academicsservice.nl](http://www.academicsservice.nl), de betere boekwinkels en overige websites van de betreffende uitgevers.

### **'Meisje van de Slijterij' van Petra de Boevere**

In dit boek legt ondernemster Petra de Boevere uit hoe je social media kunt inzetten voor jezelf of je bedrijf. "Het is een investering. Niet van geld maar van tijd en energie waar je pas in de toekomst van kunt gaan profiteren, zowel zakelijk als privé". Ze won de Social Media Star Award 2009, want ze is één van de eerste 'kleine ondernemers' die landelijke bekendheid via haar weblogs kreeg.

### **'Uitblinken als familiebedrijf' van Bruel, Geerlings en van Hamel**

Veel MKB-bedrijven zijn familiebedrijven. Maar waardoor lukt het sommige wel om vele generaties lang succesvol te blijven en andere familiebedrijven niet? Hoe overleven ze de onvermijdelijke tegenvallers in de markt, interne conflicten en opvolgingsproblemen en wat doen ze aan marketing? Het antwoord lees je in dit boek. Verkrijgbaar via [www.vangorcum.nl](http://www.vangorcum.nl).

### **'Wat is marketing?' van Stef Passet**

Meer uitspraken over wat marketing is, lees je in dit boekje. Met maar liefst 100 prikkelende quotes van topmarketeers, professoren en ondernemers. Want marketing is net als voetbal, iedereen heeft er verstand van en iedereen heeft er een mening over.

### **'Een werkweek van 4 uur' van Timothy Ferries**

Of je nu een overwerkte loonslaaf bent of een ondernemer die klem zit in het succes van zijn bedrijf, dit revolutionaire boek wijst lezers de weg naar een nieuw leven van weinig werkuren, veel vrije tijd en geld in overvloed, aldus de schrijver. De titel is niet erg realistisch, maar het verlangen ernaar maakt het boek tot een bestseller.

### **'Personal branding – Naam maken als professional' van Frank Kwakman**

Bij professionele dienstverleners zoals adviseurs, makelaars, advocaten, juristen, psychologen en communicatiespecialisten wordt vaak gesproken over 'personal branding'. Dit boek beschrijft vijf concrete stappen om naam te maken als professionele dienstverlener.

### **'Ervaringen van een serial entrepreneur' van Michiel Muller**

Als (beginnend) ondernemer wil je weten welke strategieën werken en welke niet. Michiel Muller bouwde op jonge leeftijd met oprichter Marc Schröder de benzineketen Tango uit tot een internationaal succes. Daarna richtte hij met Schröder Route Mobiel en recentelijk Bieden en Wonen op. In dit boek geeft Muller aan de hand van eigen ervaringen en cases zijn visie op ondernemerschap en vele tips.

### **'Eckart Notes' van Atos Origin oprichter Eckart Wintzen**

Als jouw bedrijf snel groeit en je vraagt je af of hoe je het in de grip kunt houden, lees dan dit boek. Een ongelooflijk leuk, inspirerend en leerzaam boek over hoe je een bedrijf met behulp van een 'cellenstructuur' van grond af aan succesvol en beheerst kunt laten groeien.

### **'CRM in de praktijk' van Sjors van Leeuwen**

Dit boek beschrijft uitgebreid het ontwikkelen van een klantgerichte bedrijfsstrategie. Dit succesvolle CRM-boek bevat een stappenplan en veel praktijkvoorbeelden, tips en trucs en do's en don'ts. Geschikt voor ondernemers, managers en studenten. Verkrijgbaar via [www.academicsservice.nl](http://www.academicsservice.nl) en [www.indora.nl](http://www.indora.nl).

## **'Wegwijs in accountmanagement' van Rob Bos**

Wat is accountmanagement eigenlijk? Wat doet een accountmanager precies, welke taken heeft hij en over welke vaardigheden en competenties moet hij beschikken? Over deze vragen gaat dit boek. Een praktisch boek met informatie, opdrachten en praktijkvoorbeelden voor het verbeteren van het zakelijk relatiebeheer.

## **'SPIN Verkooptechniek – Hoe haal je de grote orders binnen' van Neil Rackham**

Dit boek beschrijft de beste verkooptechniek van dit moment. Gebaseerd op onderzoek naar 25.000 verkoopgesprekken door 10.000 verkopers in 23 landen. Het wordt toegepast door de beste verkoopteams over de hele wereld.

## **'Breinboek voor managers – Wat je moet weten van denken en gedrag' van Paul Postma**

Paul Postma is econoom en internationaal erkend marketingautoriteit. Hij schreef dit boek en hij legt daarin op leuke en begrijpelijke manier uit hoe ons brein werkt en waarom klanten, medewerkers en leveranciers niet doen wat ze zeggen en niet zeggen wat ze doen.

## **'Customer Marketing Methode' van Jay Curry, Will Wurtz e.a.**

Een bekende segmentatiemethode voor bedrijvenmarkten is de 'klantenpiramide'. In dit klassieke boek beschrijven de auteurs hoe je een klantenpiramide met A-, B- en C-klanten opstelt en met gerichte marketingacties de financiële waarde van klanten kan verhogen.

## **'Geef nooit korting!' van Jos Burgers**

Met dit boek krijg je antwoord op de vraag 'hoe verhoog ik met succes mijn prijzen, met als doel het behalen van meer winst?'. Een verrassende aanpak in een tijd waarin vrijwel elke ondernemer met toenemende prijsdruk wordt geconfronteerd.

## **'De Onmisbaarheidsfactor' van Floris Hurts**

Met een prikkelende visie op klantgericht ondernemen laat dit boek zien hoe bedrijven onmisbaar kunnen worden voor klanten. In zeven stappen lees je hoe je een ongeëvenaarde voorkeurspositie kunt opbouwen door het ontwikkelen van een serviceconcept waarmee je klanten gemakkelijker, sneller, beter en voordeliger kunt helpen. Met talrijke tips, schema's en praktijkvoorbeelden.

## **'Differentiëren moet je leren' van Jack Trout en Steve Rivkin**

Deze marketingklassieker beschrijft hoe je kunt overleven in een tijd van moordende concurrentie. Want het gaat er volgens de Amerikaanse auteurs niet om wat u of uw product kan doen, maar wat u anders doet dan anderen! Het boek schetst vele manieren waarop je echt anders kan zijn dan anderen.

## **'Purple Cow' van Seth Godin**

"Of je bent een Paarse Koe, of je bent het niet. Of je bent buitengewoon, of je bent onzichtbaar. Maak je keuze". Dat is de boodschap van deze internationale bestseller. Een boek vol interessante verhalen, ideeën en vermakelijke voorbeelden om anders te zijn dan anderen. Zijn opvolger 'Gehaktballen met slagroom' mag er ook zijn en borduurt hierop voort.

## **'Zapklare brokken' van Hans van Dijk**

Reclamemaker Hans van Dijk heeft een leuk boek geschreven over de geheimen van succesvolle reclame. Hij beschrijft in dit boek 'alles wat je moet weten over reclame'. Een goed leesbaar boek met veel praktijkvoorbeelden en een leerzaam kijkje in de keuken van de reclamebranche.

## **'De Plakfactor' van Chip en Dan Heath**

Het geheim van een goed idee omvat 6 gouden regels die uitgebreid beschreven staan in het boek 'Made to Stick – Why Some Ideas Survive And Others Die'. Van professor Chip Heath en consultant Dan Heath. In Nederland vertaalt in 'De Plakfactor': ideeën die blijven hangen.

## **'De Conversation Manager' van Steven van Belleghem.**

In dit boek komt een aanpak aan bod om te veranderen van adverteerder naar conversatiemanager. Een aanpak waarmee je optimaal gebruik maakt van de kracht van mond-tot-mondreclame en social media, voorzien van talrijke inspirerende voorbeelden.

## **'Ondernemen met sociale netwerken - Kennis en relaties opbouwen via internet' van Syntens**

Als je direct aan de slag wilt met social media, lees dan dit gratis werkboek. Dit e-book is uitgebracht door Syntens, het innovatienetwerk voor ondernemers in het MKB. Te downloaden via [www.syntens.nl](http://www.syntens.nl).

## **'Handboek Online Marketing' van Patrick Petersen**

Dit is een management- en studieboek dat vol staat van praktijkvoorbeelden, cijfers en do's en don'ts over social media, weblogs, website usability, zoekmachinemarketing, e-mailmarketing, mobile marketing, online advertising, etc.

## **'Laat de klant naar jou komen' van Erno Hannink**

De auteur beschrijft in zijn boek hoe je met social media, nieuwsbrieven, zoekmachinemarketing en weblogs er voor zorgt dat klanten jou vinden (pullstrategie), waardoor je niet of nauwelijks zelf op zoek hoeft naar nieuwe klanten (pushstrategie). En welke ondernemer wil dat niet?

## **'Event driven marketing' van Egbert Jan van Bel**

Voor ondernemers wordt het steeds belangrijker om klanten te volgen om op het juiste moment te kunnen inspelen op een actuele gebeurtenis. Op het juiste moment en met het juiste aanbod. Daarover gaat dit boek. Het schetst zowel de theoretische als praktische kaders en bevat een aantal interessante en praktische cases. De Engelstalige opvolger 'Follow that customer' is vorig jaar verschenen.

## **'Guerrillamarketing - Nieuwe sluiproutes naar het hart van je klant' van Cor Hospes**

Dit boek beschrijft de zoektocht van de auteur (journalist) naar de do's en don'ts van guerrillamarketing. Een handig boek voor ondernemers, consumenten, reclamemakers en alle andere leken en professionals die wel wat inspiratie kunnen gebruiken!

## **'Ondernemen met een maatschappelijke paragraaf' van Enno Masurel**

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO): niemand kan er meer omheen, ook ondernemers in MKB. Na het lezen van dit boek weet je wat maatschappelijk verantwoord ondernemen inhoudt, want er komen bekende en minder bekende praktijkvoorbeelden aan bod.

## **'De preekstoel voorbij' van Keijzers en Bos-Brouwers**

Dit boek gaat over duurzaam innoveren in het MKB. Duurzame energie, slim watermanagement, verantwoord gebruik van hulpbronnen, energiezuinig bouwen en transport en sociaal ondernemen bieden het MKB nieuwe uitdagingen en kansen. Innovatie is daarbij hét sleutelwoord.

## **'Duurzaam ondernemen' van Syntens**

Dit is een gratis e-book en beschrijft 49 inspirerende praktijkvoorbeelden om duurzaam te innoveren, van marketing tot productontwikkeling en (online) dienstverlening. Te downloaden via [www.syntens.nl](http://www.syntens.nl).

## **'De S-factoren van Sales' van Jan-Willem Seip**

Het eerste boek dat de klant aan het woord laat over de verkoper. Diverse organisaties uit zeven branches vertellen welk verkoopgedrag als prettig wordt ervaren, maar ook leest u wat u beter achterwege kan laten...

### **'Uw klant als ambassadeur' van Sjors van Leeuwen**

In dit e-book lees je meer over het geheim van mond-tot-mondreclame en hoe je klanten kunt omtoveren tot ware ambassadeurs van jouw bedrijf, merk of product. Dit e-book is gratis te downloaden via [www.indora.nl](http://www.indora.nl).

### **'15 (on)waarheden over klanttevredenheid en klantloyaliteit' van Sjors van Leeuwen**

Over klanttevredenheid en klantloyaliteit doen veel hardnekkige mythes de ronde. Zo denken veel mensen nog steeds dat tevreden klanten ook trouwe klanten zijn of dat loyale klanten winstgevende klanten zijn. Daarom lees je in dit e-book in het kort meer over de 15 belangrijkste (on)waarheden over klanttevredenheid en klantloyaliteit. Dit e-book is gratis te downloaden via [www.indora.nl](http://www.indora.nl).

### **'E-Str@tegy – Kansen in het internettijdperk' van Sjors van Leeuwen**

Door de komst van internet en mobiele toepassingen gaan de veranderingen in de meeste markten razendsnel. Het is voor bedrijven en organisaties daarom zaak ook met de ontwikkeling van hun internetstrategie snelheid te maken. Dit e-book uit 2000 beschrijft een aanpak voor het ontwikkelen van een succesvolle e-business strategie. Dit e-book is gratis te downloaden via [www.indora.nl](http://www.indora.nl).

\*\*\*\*\*

# Het Marketingwiel

*In 7 stappen een succesvol marketingplan*

*Sjors van Leeuwen*

*Meer dan  
150 praktijkvoorbeelden*

*Bestseller!  
Als u en 9.999  
collega-ondernemers  
dit boek kopen!*



Van Gorcum

*Dé aanpak voor  
zzp-ers en ondernemers  
in het MKB*

Verkrijgbaar op [www.vangorcum.nl](http://www.vangorcum.nl)