

## **The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press**

Twee succesvolle ondernemers die het softwarebedrijf signals opzetten en tot een succes maakten laten ons zien dat niet altijd meer beter is, maar dat je juist met minder meer kan bereiken. Rework is inspirerend en innoverend. Twee prettig tegendraadse succesvolle ondernemers benaderen complexe zaken heerlijk eenvoudig. Fried & Heinemeier Hansson zetten je aan het denken en helpen je op weg. Verplichte kost voor iedereen die ondernemer of ondernemend is.' Erwin Blom (Handboek Communities) Meer is niet altijd beter, juist met minder kan je meer bereiken. Fried en Hansson hanteren een eenvoudige bedrijfsfilosofie: hou het simpel, wees transparant en eerlijk. Met die filosofie in gedachten schreven ze dit boek: Rework is een no-nonsenseboek voor deze tijd. Fried en Hansson bewijzen dat een bedrijf heel succesvol kan worden zonder mission statement, zonder eindeloze vergaderingen, en met medewerkers die gewoon aan het einde van de dag naar huis gaan, in plaats van twaalf tot veertien uur op kantoor te zitten. In deze tijd is een goed idee meer waard is dan

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

een duur consultancyrapport, informatie moet je delen, en naar je klant moet je luisteren. Rework is het boek voor iedere (startende!) ondernemer.

Emotionele ontwikkeling is een sleutelbegrip in de beeldvorming, assessment en ondersteuning van mensen met een verstandelijke beperking. Anton Došen ontwikkelde in 1990 een eerste experimenteel Schema voor schatting van het niveau van de Emotionele Ontwikkeling (SEO). Op basis daarvan ontwikkelden Vlaamse experts i.s.m. SEN vzw een volwaardige Schaal voor Emotionele Ontwikkeling – Revised (SEO-R, 2012) en een handleiding. Vervolgens werd de betrouwbaarheid van deze schaal wetenschappelijk onderzocht en werd de SEO-R op basis van feedback van klinici en experts grondig aangepast en bewerkt.

The Brand Gap, Revised Edition Peachpit Press

Gifty is een briljante studente neurowetenschap aan de universiteit van Stanford. Haar drijfveer is de fatale overdosis van haar broer, verslaafd aan pijnstillers, en de depressie van haar moeder. Gifty is vastberaden om de wetenschappelijke oorzaak te vinden van al het verdriet en lijden dat haar leven domineert. Dan zet een telefoontje haar eenzaam leven in haar laboratorium volledig op zijn kop. Haar moeder wil zelfmoord plegen en ten einde raad neemt Gifty haar in huis. Het brengt haar weer terug naar het geloof dat zoveel houvast gaf in haar jeugd. De kerk waar ze in opgroeide beloofde verlossing, maar gaf nooit duidelijkheid

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

hoe die te bereiken. Terwijl haar moeder in bed blijft liggen worstelt Gifty tussen geloof en wetenschap, en zoekt naar een manier om haar liefde voor haar familie in daden om te zetten. Verheven koninkrijk is een ontroerend portret van een Ghanees immigrantengezin in de vs dat zucht onder het juk van verdriet, depressie en verslaving. Het is een wonderschoon geschreven en emotioneel zeer beladen opvolger van het fenomenale Weg naar huis, en is de meesterproef van het literaire talent Yaa Gyasi.

A revised new edition of the bestselling toolkit for creating, building, and maintaining a strong brand From research and analysis through brand strategy, design development through application design, and identity standards through launch and governance, *Designing Brand Identity, Fourth Edition* offers brand managers, marketers, and designers a proven, universal five-phase process for creating and implementing effective brand identity. Enriched by new case studies showcasing successful world-class brands, this Fourth Edition brings readers up to date with a detailed look at the latest trends in branding, including social networks, mobile devices, global markets, apps, video, and virtual brands. Features more than 30 all-new case studies showing best practices and world-class Updated to include more than 35 percent new material Offers a proven, universal five-phase process and methodology for creating and implementing

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

effective brand identity

In deze laatste, briljante thriller van de grootmeester van het genre stelt John Le Carré de vraag wat je je land nog verschuldigd bent als het geheel van je is vervreemd. Silverview is de laatste, intrigerende thriller van de hand van grootmeester John Le Carré. Het boek verschijnt postuum in de week dat Carré negentig zou zijn geworden. Julian Lawndsley heeft zijn goedbetaalde baan in de City van Londen de rug toegekeerd en is een boekhandel begonnen in een stadje aan de Engelse kust. Een paar maanden na de opening krijgt hij 's avonds bezoek van Edward, een Poolse immigrant die in 'Silverview' woont, een groot huis aan de rand van het stadje. Edward blijkt heel wat te weten over Julians achtergrond en heeft zelfs zijn vader nog gekend, beweert hij. Hij vraagt Julian de oren van het hoofd en komt al snel met grote toekomstplannen voor de bescheiden boekhandel. Als een kopstuk van de Geheime Dienst in Londen een brief over een gevaarlijk lek ontvangt, is het gedaan met de rust in Julians toevluchtsoord. Silverview is het fascinerende verhaal over een onwaarschijnlijke vriendschap en de confrontatie tussen onschuld en levenservaring, en tussen burgerplicht en persoonlijke waarden. 'Le Carré heeft het vermogen op meer fronten tegelijk te opereren: de uitwerking van de super ingenieuze plot, van zijn zeer levensechte dialogen en van het karakter van zijn personages.' Volkskrant

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press magazine

Brand Yourself walks you through everything you need to know about creating a business brand, from brand strategy to picking out fonts, building your personal brand and affordable creative tips to make an impact with your business. Packed with practical exercises, examples and industry hacks and supported by an extensive interactive playbook online, this is the essential guide for business owners on a budget. Build a brand that stands out and that connects with the people you want to reach. Lucy Werner is founder of The Wern, a PR and branding consultancy, She is also author of the bestselling Hype Yourself and a publicity expert who is a speaker, lecturer and course creator. Hadrien Châtelet is the creative director of The Wern and leads the design arm of the business. He is also cofounder of Lucy's two children and they work together in their garden in east London. Together they have over 30 years' industry experience and have taught thousands of entrepreneurs how to stand out and find success.

`Als Indiana Jones econoom zou zijn, zou hij Steven Levitt heten. Freakonomics leest als een detective. Wall Street Journal Wat is gevaarlijker: een pistool of een zwembad? Wat hebben sumoworstelaars en schoolmeesters gemeen? En waarom wonen drugsdealers bij hun moeder? Het zijn vragen die je niet gauw van een econoom zou verwachten. Maar Steven Levitt is geen typische

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

econom. In Freakonomics onderzoekt hij met co-auteur Stephen Dubner de verborgen kant van de dingen om ons heen. De geheimen van de Klu Klux Klan, bijvoorbeeld. Of de waarheid over vastgoedmakelaars. En, stelt hij, heeft het dalen van de misdaadcijfers in plaats van met een goed draaiende economie niet eigenlijk alles te maken met de legalisering van abortus? Freakonomics is het leukste en verhelderendste boek over economie dat je je kunt voorstellen. Een mix van essentiële feiten en een meeslepende vertelling, die onze blik op de moderne wereld voorgoed verandert en verscherpt. `Een fascinerend en belangrijk boek, leesbaar, compact en barstensvol informatie over de wereld om ons heen. Wie dit boek over de raadsels van het alledaagse leven heeft gelezen moet wel concluderen: economie is belangrijk, interessant en erg leuk. de Volkskrant `Levitt stelt ongewone vragen en geeft provocatieve antwoorden. Slim, precies en tot in detail. New York Times

Gevestigde bedrijven lopen groot gevaar. Met name de bedrijven die een uitgekristalliseerd proces of een specialistisch product hebben, kunnen zomaar ingehaald worden door een nieuwkomer op de markt, die met goedkope technologie of een ander proces dezelfde of zelfs hogere kwaliteit biedt. Dit is het proces van Big Bang Disruption. De bekendste voorbeelden zijn Booking.com, dat reisbureaus overbodig maakte (en nu zelf lijkt te worden ingehaald door

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

Airbnb), en Amazon, dat de traditionele boekhandel en uitgeverij ondermijnt. Een gevestigd bedrijf is echter niet automatisch gedoemd bij de komst van een nieuwe speler in de markt. In dit boek geven de auteurs twaalf strategieën om een aanval van een nieuwkomer te pareren of voor te zijn. In de traditie van Michael Porter en Clayton Christensen beschrijft dit boek het nieuwe paradigma voor bedrijfsstrategie en is daarmee een must voor ondernemers, marketeers en bedrijfseconomen.

In Good Vibes, Good Life beschrijft Vex King hoe je de kracht van positiviteit kunt benutten. Laat je inspireren tot een mooier en zinvoller leven. In Good Vibes, Good Life beschrijft Vex King hoe je de kracht van positiviteit kunt benutten. Hoe kun je echt van jezelf houden? Kun je negatieve emoties omzetten in positieve? Is het mogelijk om blijvend gelukkig te worden? Wat is je doel in het leven en hoe vind je dat? Vex King, die veel tegenspoed in zijn eigen leven overwon, inspireert met zijn antwoorden een volgende generatie spirituele zoekers. Hij helpt de lezer een leven te creëren om van te houden. Dit alles op een manier die eenvoudig te volgen, nuchter en herkenbaar is.

Er is meestal maar een klein zetje nodig om de bal aan het rollen te krijgen. Wie het beslissende moment herkent, heeft een recept voor succes in handen. Hoe wordt een onbekende debutant een bestsellerauteur? Waarom is een

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

televisieprogramma als Sesamstraat zo goed om kinderen te leren lezen? Malcolm Gladwell onderzoekt waarom grote veranderingen vaak zo plotseling beginnen. Ideeën, gedrag, meningen en producten verspreiden zich als ziektes. Zoals één zieke een griepepidemie kan starten, zo kan één graffitimaker de criminaliteit doen toenemen of één tevreden klant de lege tafels in een restaurant vullen. Het beslissende moment leest als een avonturenverhaal vol aanstekelijk enthousiasme over de macht van nieuwe ideeën. Het is een kaart voor verandering, met een hoopvolle boodschap: één creatieve persoon kan de wereld veranderen.

Succesauteur en consultant Verne Harnish beantwoordt de belangrijkste vragen over groei voor jouw bedrijf. Met inzichten die toepasbaar zijn bij elke groeifase. Verne Harnish biedt met 'Scaling up' een beproefd recept waarmee je groei initieert en begeleidt. Hij beantwoordt hierin vragen als: hoe kan ik mijn organisatie laten groeien dit jaar? En daarna? Hoe richt ik mijn organisatie in voor duurzame en constante groei? Hoe maak ik een helder strategisch én operationeel plan voor mijn mensen? Hoe haal ik meer uit mijzelf en mijn team? 'Scaling up' is een praktische, gedegen methode om een langetermijnstrategie op te zetten en die vervolgens terug te brengen tot wat de organisatie het komend kwartaal moet doen. De methode is een combinatie van effectiviteit (met

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

de juiste mensen de goede dingen doen) en efficiëntie (de dingen goed doen). Naast een gezonde basis voor groei biedt dit boek ook een eenvoudig model om de groei inzichtelijk te maken en te bewaken. Je beperkt je tot vier beslissingsvelden: mensen, strategie, uitvoering en cashflow. Zo kost een effectieve uitvoering minder dan vijf uur per week! Met dit werkboek houd je de vinger aan de pols van de bedrijfsgroei.

Dit is geen conventioneel boek over leiderschap. Er zijn volgens Branson namelijk geen regels, maar wel geheimen die hij heeft geleerd in zijn tijd bij onder andere Virgin Records. In De Virgin-Way deelt Richard Branson deze geheimen over authentiek leiderschap en succes. Aan de hand van persoonlijke anekdotes en ervaringen van mensen die hem hebben geïnspireerd – van politici, zakenmannen, ontdekkingsreizigers, wetenschappers en filantropen – laat hij zien hoe belangrijk plezier, passie, familie en de uitstervende kunst van het luisteren zijn voor wat zijn werknemers over de hele wereld ‘The Virgin Way’ noemen. Of je nu aan het begin van je carrière staat of het hoofd van een Fortune 500-bedrijf bent – De Virgin-Way helpt je om je eigen directeur te zijn en een ware leider te worden, niet zomaar een baas.

Martin Lindstrom wordt ingehuurd door de toonaangevendste merken ter wereld om uit te vinden wat hun klanten drijft. Hij besteedt 300 nachten per jaar bij hen

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

thuis om door zorgvuldige observatie van alle details hun verborgen verlangens te ontdekken en zo, in het ultieme geval, aanwijzingen te vinden voor een miljoenenproduct. Lindstrom voert je mee in een wereldomvattend verhaal dat ondernemende marketeers en iedereen die geïnteresseerd is in de eindeloze rijkheid van menselijk gedrag zal boeien en verbazen. Hoe een afgetrapte sneaker van een 11-jarige Duitse jongen leidde tot de ongelooflijke wederopstanding van LEGO. Hoe een magneet op een koelkast in Siberië een Amerikaanse supermarktrevolutie veroorzaakte. Hoe een knuffelbeer in de slaapkamer van een meisje een kledingretailer hielp met de optimalisatie van 1.000 winkels in 20 landen. Hoe een doodgewone armband de klantenloyaliteit met 159 procent verbeterde in minder dan een jaar. Hoe de ergonomische layout van het dashboard van een auto aanleiding gaf voor het redesign van de Roomba-stofzuiger.

O carte despre branding pe care orice conducător de organizație ar trebui să o citească și să o aplice. Îți recomand să iei două exemplare. Unul pentru tine și altul ca să-l uiți în biroul șefului, la o ședință. Că dacă i-l faci cadou, o să creadă că e exemplul negativ. Dar dacă îl găsește și aplică ce învață din carte, merită investiția! – Lucian Mîndruș, jurnalist, scriitor, influencer Există un scop suprem care îl ghidează pe Doru, și anume trezirea publicului la un nou nivel de

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

con?tiin?? ?i educa?ie. Cartea este ca o p?pu?? Matrio?ka în care descoperi pas cu pas elementele Mixului de Marketing perfect pentru Employer Branding. – Lect. univ. dr. Aurelian Sofic?, prodecan al Facult??ii de Business UBB Cluj Tranzac?ia munc?–bani nu mai e suficient?. Ca s? lucrezi cu oameni buni, trebuie s? fii un om bun, iar compania ta trebuie s? fie ?i ea bun?. Bun? pe bune! Cu angaja?ii, cu comunitatea, cu mediul, cu clien?ii. – Drago? P?trararu, jurnalist, scriitor, lider de opinie Dac? e?ti antreprenor, manager, lider de echip? ori organiza?ie sau lucrezi în Resurse Umane, Marketing sau Comunicare sau pur ?i simplu e?ti curios din fire, această? carte este scris? pentru tine. Deschide-o de câte ori ai nevoie s? în?elegi cum le po?i oferi oamenilor bucuria de a lucra în organiza?ia ta ?i cum le po?i ob?ine loialitatea, devotamentul, implicarea ?i sprijinul necondi?ionat. S? î?i fie de folos! Doru ?upeal?

Met interviews van internationale experts als Ann Handley, Robert Rose, Andrew Davis en Jesper Laursen. Met meer dan 200 cases en voorbeelden. Met concrete tips voor startende én ervaren content marketeers. In enkele jaren tijd heeft content marketing zijn imago van shiny new thing afgeworpen en is het one of the gang geworden. Het zijn uitzonderingen die deze techniek niet inzetten. Stilaan groeit het besef dat content marketing meer is. Het groeit uit tot een mindset, die niet enkel past op je blog of in je nieuwsbrief, maar die je kunt

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

doortrekken in je volledige marketing- en communicatieaanpak. Vier jaar na hun eerste boek over content marketing - waarvan meer dan 2000 exemplaren verkocht werden - brengen vier Belgische experts hun inzichten, methodes en bedrijfsgeheimen samen voor een nieuw basiswerk over dit onderwerp, geschreven vanuit hun eigen ervaring.

ZULLEN WE IN DE TOEKOMST NOG VLEES ETEN? KOMT ONZE MAALTIJD STRAKS UIT DE 3D-PRINTER? ZIJN ER MORGEN NOG WEL SUPERMARKTEN? Hoe kunnen we een groeiende wereldbevolking op een gezonde en duurzame manier blijven voeden? Een boeiende ontdekkingstocht brengt ons van stadslandbouw naar zeeboerderijen, van kweekvleeslaboratoria naar hypergepersonaliseerd voedingsadvies op basis van artificiële intelligentie, en van de hybride supermarkt naar nieuwe, digitale platformmodellen.

Design philosophies can be useful, but inspiration, creative strategies, and efficient work habits are what really get the job done. Designer, instructor, and author Curt Cloninger provides a multitude of strategies, tools, and practices that readers can use to inject a big dose of creativity into just about any design project. With illustrations drawn from 20th-century French philosophy, medieval manuscripts, punkrock posters, and more, Curt's innovative text introduces readers to his personal toolkit for hot-wiring the creative process. You'll learn strategies to:

- Recognize and believe in your creative powers
- Develop effective methods for evaluating your own work
- Draw

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

inspiration from the past • Use standard software in experimental ways, and find nonstandard applications to create new effects • Maintain a personal design playground • Mine your subconscious with the Oblique Strategies Cards, developed by Brian Eno and Peter Schmidt • Un-stick your imagination by “blitz-designing” mock-ups

Curt Cloninger is an artist, designer, author, and instructor in Multimedia Arts & Sciences at the University of North Carolina at Asheville. His book *Fresh Styles for Web Designers: Eye Candy from the Underground* (New Riders, 2002) is an industry standard on creative Web design solutions. Curt’s art and design work has been featured in I.D. Magazine, HOW Magazine, The New York Times, Desktop Magazine, and at digital arts festivals from Korea to Brazil. He regularly speaks at international events such as HOW Design, South by Southwest, Web Design World, and FILE. His pirate signal broadcasts from lab404.com to facilitate lively dialog.

De digitale revolutie heeft de klant veeleisender dan ooit gemaakt. Snelheid, transparantie en hyperpersonalisatie zijn de norm. Steeds meer merkfabrikanten verkopen in eigen winkels en webshops rechtstreeks aan de consument. Ondertussen kondigen nieuwe technologieën een volgende schokgolf aan. In dit boek introduceert Gino Van Ossel het concept optichannel, waarmee hij retailers, merkfabrikanten en dienstenbedrijven voorbij de digitale hysterie leidt. Met herkenbare voorbeelden is het een realistische kijk op retail en een praktisch kader om een succesvolle strategie uit te zetten die winst, competitiviteit en klantgerichtheid combineert.

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

Tijdens de depressie in de jaren dertig komt de zestienjarige Thea Atwell terecht op Yonahlossee, een kostschool voor jonge meisjes. Na een onwennig begin sluit ze vriendschap met veel medeleerlingen. Ze kan er ook naar hartenlust paardrijden. Maar Thea wordt gedreven door een hartstocht die ze zelf niet duiden kan, en door een geheim binnen haar familie. Langzamerhand ontstaat er een vertrouwelijke band tussen Thea en de aantrekkelijke directeur. Een band die zich tot een liefdesrelatie ontwikkelt... Anton Beatrice DiSclafani (1980) studeerde aan Washington University in St. Louis. Ze geeft les in creative writing. De kostschool is haar romandebuut.

'DiSclafani heeft een tomeloos schrijftalent, en dit is een sensueel, spannend en wonderbaarlijk boek.' Curtis Sittenfeld, bestseller auteur van Prep

Van lukraak naar doelgericht! Wil je bedrijfsmatig aan de slag met social media, maar weet je niet waar je moet beginnen? Of ben je al actief op social media, maar weet je eigenlijk niet wat je wilt en kunt bereiken? En wat je daarvoor moet doen? Marco Frijlink en Wilco Verdoold ontwikkelden in samenwerking met de Universiteit Utrecht en tien vooraanstaande social media-experts een slim en praktisch model dat is gebaseerd op twaalf zakelijke doelen. Stuk voor stuk doelen die met de inzet van social media goed te verwezenlijken zijn, zoals het vergroten van je naamsbekendheid, het genereren van leads of het werven van nieuwe medewerkers. Voor elk doel wordt aangegeven welke activiteiten je op social media moet ontplooiën om dat doel te realiseren. Talloze organisaties hebben het model al met succes in de praktijk toegepast. Dit boek is de

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

langverwachte wegwijzer voor iedereen die social media gericht wil inzetten om specifieke bedrijfsdoelen te verwezenlijken: Naamsbekendheid vergroten Leads genereren Klanten behouden Klantenservice verbeteren Reputatie verbeteren Beïnvloeders betrekken Marktinzicht vergroten Risico's beheersen Medewerkers werven Medewerkers betrekken Productiviteit verhogen Innovatie/ontwikkeling bevorderen

Architect and writer Clive Wilkinson examines global developments in the workplace and proposes innovative principles for a design process that will bring the concept of 'work as theatre' to fruition. The modern workplace has evolved to provide better technology and more amenities for employees, but what advances have been made in building truly creative communities that spark creativity and collaboration? Is the 21st century office performing at its peak? The Theatre of Work proposes an evolution of the relationship between office users and the spaces they occupy. As work processes and community relationships evolve, new collaborative synergies within the workplace are created. The interplay between space and people offers a new kind of theatre where parallels with the archetypal theatre of the street and the marketplace occur. This emerging new workspace should amplify and celebrate the activity of work and of human community, and in the process, become vital and compelling theatre. In defining this new office landscape, architect and writer Clive Wilkinson examines global developments in workplace thinking, historical antecedents, the performance touch-

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

points for the new office, and proposes seven humanistic principles that will inform a holistic design process that can bring this concept of theatre to fruition. Each of these principles is demonstrated through case studies of the work of his renowned design studio, Clive Wilkinson Architects (CWA), with rich iconography, diagrammatic strategy and contextual ingenuity. The outcome of this process, with its multiple performative layers, effectively promotes elevating a corporate brief of basic needs and goals to a profoundly human-centered presentation of 'work as theatre'.

'De jongen, de mol, de vos en het paard' van Charlie Mackesy is een prachtig verhaal over vriendschap, liefde en jezelf zijn, poëtisch vertaald door Arthur Japin. 'Wat wil jij worden als je groot bent?' vroeg de mol. 'Lief,' zei de jongen. 'De jongen, de mol, de vos en het paard' van Charlie Mackesy is een moderne fabel voor jong en oud. De 100 illustraties en de poëtische teksten vertellen het verhaal van een bijzondere vriendschap, tussen de jongen en de drie dieren. De universele lessen die ze samen leren zijn stuk voor stuk levenswijsheden. De Nederlandse editie van 'The Boy, the Mole, the Fox and the Horse' is prachtig vertaald door Arthur Japin, waardoor de teksten nog dichterbij komen. Een moderne klassieker, die je kijk op het leven verandert.

Wat als klanten meer verwachten dan alleen een goed product, uitstekende service en perfect werkende digitale interfaces? En wat als nieuwe technologieën zoals 5G, artificiële intelligentie, quantum computing en robotica mogelijkheden bieden die verder

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

gaan dan alleen gebruiksgemak creëren? Digitaal gebruiksgemak is het nieuwe minimum. Het is een commodity. De klant vindt het ondertussen de meest normale zaak van de wereld om met één druk op de knop toegang te hebben tot een reeks diensten en producten. De komende jaren zullen bedrijven een actieve rol moeten spelen in de 'life journey' van klanten: dromen mee helpen uitkomen en problemen in het dagelijks leven wegnemen. Daarnaast kijken klanten meer naar bedrijven dan naar overheden om maatschappelijke problemen zoals klimaat, gezondheidszorg en mobiliteit aan te pakken. Als je bedrijf erin slaagt een goed werkende digitale dienstverlening aan te bieden, een levenspartner van klanten te worden en mee een oplossing te zijn voor maatschappelijke uitdagingen, dan bouw je 'an offer you can't refuse'.

Waarom zijn broodjeaapverhalen zo hardnekkig en vergeten we alledaagse waarheden zo gemakkelijk? Hoe maakt een krant een kop die ervoor zorgt dat we door willen lezen? En waarom onthouden we complexe verhalen wel, maar complexe feiten niet? Waarom floreren sommige ideeën van meet af aan, terwijl andere razendsnel ter ziele gaan? En hoe verbeter je de kansen van waardevolle ideeën? In De plakfactor leggen Chip en Dan Heath uit hoe je de kleefkracht van ideeën kunt versterken. Deze onmisbare gids laat zien dat 'sticky' ideeën hun kracht ontlenen aan zes belangrijke eigenschappen, die ook jij kunt leren

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

beheersen. Dit boek gaat over een van de belangrijkste aspecten van menselijk gedrag en zal de manier waarop je ideeën overbrengt ingrijpend veranderen. De plakfactor is provocerend, onthullend en vaak verrassend grappig. Het onthult de cruciale principes van succesvolle ideeën en de strategieën om je eigen boodschap meer kleefkracht te geven.

This second edition of the bestselling Asian Brand Strategy takes a look at how Asian brands continue to gain share-of-voice and share-of-market. Featuring a user-friendly strategic model, new research, and case studies, this book provides a framework for understanding Asian branding strategies and Asian brands.

Wie zoekt naar manieren om de concurrentie voor te blijven, komt al snel op het terrein van marketing, innovatie of strategie. Je wilt in feite slimmer zijn dan de rest. Maar ook de concurrentie volgt de ontwikkelingen op de voet, zodat je je behaalde voorsprong vaak al snel weer kwijt bent. Patrick Lencioni laat in dit toegankelijke maar diepgravende boek zien dat er een wereld te winnen is door niet slimmer maar gezonder te worden: wie politieke spelletjes, gebrekkige communicatie en slecht leiderschap weet uit te wieden, kan alle aanwezige ervaring, kennis en energie in zijn bedrijf maximaal inzetten. Een gezonde organisatie weet management, werkvloer en cultuur tot één geheel te smeden en dat is de enige manier om duurzaam concurrentievoordeel te behalen. Aan de

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

hand van voorbeelden en tips uit zijn eigen praktijk laat Lencioni zien hoe uw organisatie gezond kan worden. Zo krijgt ook u de beslissende voorsprong. THE BRAND GAP is the first book to present a unified theory of brand-building. Whereas most books on branding are weighted toward either a strategic or creative approach, this book shows how both ways of thinking can unite to produce a “charismatic brand”—a brand that customers feel is essential to their lives. In an entertaining two-hour read you’ll learn:

- the new definition of brand
- the five essential disciplines of brand-building
- how branding is changing the dynamics of competition
- the three most powerful questions to ask about any brand
- why collaboration is the key to brand-building
- how design determines a customer’s experience
- how to test brand concepts quickly and cheaply
- the importance of managing brands from the inside

220-word brand glossary From the back cover: Not since McLuhan’s THE MEDIUM IS THE MESSAGE has a book compressed so many ideas into so few pages. Using the visual language of the boardroom, Neumeier presents the first unified theory of branding—a set of five disciplines to help companies bridge the gap between brand strategy and customer experience. Those with a grasp of branding will be inspired by the new perspectives they find here, and those who would like to understand it better will suddenly “get it.” This deceptively simple book offers everyone in the company

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

access to “the most powerful business tool since the spreadsheet.”

The Wall Street Journal and BusinessWeek bestseller-fully revised and updated The old cliché is that smart companies underpromise and overdeliver. But in today's crowded market, underpromising is a ticket to oblivion. Companies like American Girl, Best Buy, and Apple came out of nowhere to dominate their markets. How did they scoop their bigger and wealthier competition? It wasn't through a fat marketing budget. It was because they made, and kept, dangerously ambitious promises. In fact, they overpromised to lure customers in- and then overdelivered to keep them. Rick Barrera shows how to make sure that every point of contact between your company and its customers is well executed and fulfills an over-the-top brand promise, to drive word of mouth and rapid growth.

Using the visual language of the boardroom, Marty Neumeier presents the first unified theory of branding - a set of five disciplines to help companies bridge the gap between brand strategy and brand execution. Those with a grasp of branding will be inspired by what they find here, and those who would like to understand it better will suddenly "get it."

Na de Russische Revolutie raakt inspecteur Pekkala, ooit de rechterhand van de tsaar, in ongenade. Hij wordt gevangengehouden in een goelag in het Siberische

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

woud. Maar dan blijkt dat zijn kwaliteiten onmiskenbaar zijn: Pekkala krijgt van Stalin de opdracht de moordenaar van de Romanovs te vinden. Deze missie brengt Pekkala, en zijn broer Anton die hij al jaren niet heeft gezien, weer bij elkaar. De lichamen van de Romanovs worden gevonden, op één na. Terwijl flashbacks onthullen wat zich in het verleden tussen beide broers heeft afgespeeld, ontvouwt zich in het heden een huiveringwekkend mysterie. De getuigen die kunnen helpen de moordenaar van de Romanovs te vinden - en het antwoord op de vraag of de laatste Romanov wellicht ontsnapt is - worden een voor een vermoord.

Op eenvoudige vragen over wereldwijde trends geven we systematisch de verkeerde antwoorden. In Feitenkennis legt hoogleraar Internationale Gezondheid en Hans Rosling uit waarom dit gebeurt. 'Een van de belangrijkste boeken die ik ooit heb gelezen .' Bill Gates 'Iedereen zou dit boek moeten lezen.' de Volkskrant Op eenvoudige vragen over wereldwijde trends geven we systematisch de verkeerde antwoorden. In Feitenkennis legt hoogleraar Internationale Gezondheid en wereldfenomeen Hans Rosling uit waarom dit gebeurt. Hij presenteert daarbij tien redenen en komt zo met een radicaal nieuwe verklaring. Ons probleem is dat we niet weten wat we niet weten, en dat zelfs onze gissingen gebaseerd zijn op vooroordelen. Het blijkt dat onze wereld in een

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

veel betere staat verkeert dan we denken. Feitenkennis zit boordevol anekdotes, aangrijpende verhalen en Roslings kenmerkende grafieken. Het is een inspirerend, onthullend en essentieel boek dat de manier waarop je de wereld ziet compleet zal veranderen. 'Feitenkennis zorgt ervoor dat je zowel meer realistisch als meer hoopvol naar de wereld kijkt. Een geweldig en belangrijk boek.' Ionica Smeets 'Zijn laatste boek over denkfouten zou iedereen moeten lezen.' Martijn van Calmthout

This book provides a review of the latest research on emotion in engineering, with a particular focus on design and manufacturing. Topics include experience, happiness, cognitive science, neuroscience, additive manufacturing, universal design, branding, teamwork. Throughout the book, the emotions of the end users of engineering products are discussed, as well as the perspective of the expert. The book provides researchers, students, and practicing engineers with an opportunity to examine research and practice in engineering from a different perspective, and offers pointers to how to collaborate with people from other fields to help achieve a more connected society.

Jarenlang probeerde Ryder Carroll steeds weer nieuwe productiviteitsmethodes, zowel online als offline, maar niets werkte zoals hij wilde. Uit pure wanhoop ontwikkelde hij zijn eigen systeem, de Bullet Journal Methode, die hem hielp om zich beter te concentreren en productief te zijn. Hij deelde zijn methode met enkele vrienden die dezelfde uitdagingen tegenkwamen, en voor hij het wist had hij een viral beweging in gang gezet. We zijn nu een paar jaar verder, en Bullet Journaling vindt inmiddels wereldwijd navolging. De Bullet Journal Methode behelst

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

zoveel meer dan aantekeningen organiseren en lijstjes maken. Het gaat over wat Carroll 'leven met intentie' noemt: afleidingen leren negeren en je tijd en energie richten op de dingen die er echt toe doen, zowel in je werk als in je persoonlijke leven. Dit boek leert je... Het verleden vastleggen: Creëer een duidelijk en uitgebreid overzicht van je gedachten, met niets meer dan pen en papier. Het heden organiseren: Vind dagelijks rust door je takenlijst op een bewuste, systematische en productieve manier aan te pakken. De toekomst plannen: Zet interesses en losse aantekeningen om in zinvolle doelen en verdeel die vervolgens in hanteerbare actiestappen die tot grote veranderingen leiden. Ryder Carroll schreef dit boek voor vastgelopen lijstjesmakers, overweldigde multitaskers en creatievelingen die structuur nodig hebben. Of je nu al jarenlang een Bullet Journal gebruikt of er nog nooit een hebt gezien, De Bullet Journal Methode helpt je om het stuur van je leven weer in eigen handen te nemen. Wij leugenaars (We were liars) van E. Lockhart is een onvergetelijk verhaal voor iedereen die genoten heeft van Een weeffout in onze sterren van John Green. Leugens, familiegeheimen en macht: niets is wat het lijkt in de wereld van de zeventienjarige Cadence. E. Lockhart schreef met Wij leugenaars een verpletterende roman voor jongeren en volwassenen. Wij zijn Sinclairs. Niemand komt iets tekort. Niemand heeft het ooit mis. We wonen - in de zomer tenminste - op een privé-eiland voor de kust van Massachusetts. Misschien is dat alles wat je hoeft te weten. Behalve dat sommigen van ons leugenaars zijn. Lees dit boek. En als iemand je vraagt hoe het eindigt, lieg.

'Normale mensen' van Sally Rooney is de opvolger van haar veelgeprezen debuutroman 'Gesprekken met vrienden'. In 'Normale mensen' vertelt Sally Rooney de liefdesgeschiedenis van Marianne en Connell. Beiden groeien op in hetzelfde stadje in

## Read Free The Brand Gap Revised Edition How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design A Whiteboard Overview Aiga Design Press

landelijk Ierland, waar hun verschillende werelden nauwelijks overlappen. Ze ontmoeten elkaar alleen wanneer de moeder van Connell het huis van Marianne schoonmaakt. Als ze beiden naar het prestigieuze Trinity College in Dublin gaan, blijkt op die universiteit dat zich door de jaren heen een diepe band heeft gevormd. 'Normale mensen' van Sally Rooney is een verhaal over de diepgaande invloed die geliefden op elkaars leven hebben, en het groeiende besef daarvan naarmate de jaren verstrijken. Een intense roman die je je eigen liefdes laat herbeleven. 'De stem van de nieuwe generatie.' The Guardian Tip DWDD Boekenpanel! Sally Rooney (1991) debuteerde in 2017 met 'Gesprekken met vrienden'. De BBC heeft de rechten voor een televisieserie van 'Normale mensen' gekocht, waarvoor Rooney zelf het script schrijft.

[Copyright: 88f401ff765cc350b44a5f53f50c3dc1](https://www.dhammadownload.com/88f401ff765cc350b44a5f53f50c3dc1)