

Unmarketing Everything Has Changed And Nothing Is Different

UnMarket to build trust and make lifelong customers! In 2009, Scott Stratten and Alison Stratten wrote the bestselling UnMarketing: Stop Marketing, Start Engaging and began a journey that would take them around the world sharing their message of engagement with corporations, entrepreneurs, and students. They are now back with this second edition, because Everything has Changed and Nothing is Different, with all the brilliance of the first edition, plus new content and commentary to reflect the rapidly changing landscape we all live, buy, and work in today. For generations, marketing has been hypocritical. We've been taught to market to others in ways we hate being marketed to (cold-calling, flyers, ads, etc.). So why do we still keep trying the same stale marketing moves? UnMarketing shows you how to unlearn the old ways and consistently attract and engage the right customers. You'll stop just pushing out your message and praying that it sticks somewhere. Potential and current customers want to be listened to, validated, and have a platform to be heard-especially online. With UnMarketing, you'll create a relationship with your customers, and make yourself the logical choice for their needs. We know you've been told to act like other people, talk like other people, and market like all the people, but it is time for you to unlearn everything and start to UnMarket yourself. UnMarketing includes the latest information on: Idea Creation, Viral Marketing and Video, Marketing to Millennials, Authenticity, Transparency and Immediacy, Ethics and Affiliates, Social Media Platforming, UnPodcasting, Word of Mouth, Customer Service, Consumer Advocacy and Leadership. With examples of what to do, and what not to do, from small business right up to worldwide corporations in areas such as real estate, travel, service, retail, and B2B.

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 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 lay-out van het dashboard van een auto aanleiding gaf voor het redesign van de Roomba-stofzuiger.

UnSelling is about everything but the sell. We put all of our focus on the individual purchase transaction, while putting the rest of our business actions second. We've become blind to customer service, support, branding, experiences and even product quality. Sixty percent of a purchasing decision is made before a customer even contacts you. We have funnel vision, and it needs to stop. Unselling is about the big picture: creating repeat customers, not one-time buyers. Create loyal clients that refer others, not faceless numbers. Becoming the go-to company for something, before they even need you. You don't need social media, but you can be connecting with your clients socially. Your video doesn't have to be viral in front of a million people, just contagious in front of your specific market. Content, connection, engagement. It's time to separate from the pack of noise. It's time to UnSell.

In 'Brave New Work' doet Aaron Dignan uit de doeken hoe je je organisatie opnieuw kunt uitvinden. Ondanks alle technologische vooruitgang blijkt er fundamenteel weinig veranderd te zijn op ons werk: gebrek aan vertrouwen, trage besluitvorming, een overmaat aan

Read Free Unmarketing Everything Has Changed And Nothing Is Different

zinloze vergaderingen en mailwisselingen, en moeizame budgetdiscussies. Aaron Dignan laat zien dat er bij veel bedrijven een grondige transformatie van het operating system nodig is: de principes en werkvormen die de bedrijfscultuur bepalen. Want je repareert een team, afdeling of organisatie nu eenmaal niet door quick fixes en wat gerommel in de marge. 'Brave New Work' leert je op een andere manier naar je organisatie te kijken en laat zien hoe je de werkprincipes van Dignan ook binnen jouw bedrijf kunt toepassen. Met als resultaat werknemers die met meer plezier en energie en ongehinderd door frustraties hun werk uitvoeren en zo veel meer waarde toevoegen. Noodzakelijk? Onontbeerlijk? Vereist? Essentieel? Geboden? Onmisbaar? Wat heb je nodig? Realiseer je wel... niets is voor niets... Er is een groot verschil tussen iets graag willen en iets echt nodig hebben... Er is een social medium, nieuw en hip, je kunt je erbij aansluiten. Je hoeft maar één vraag te beantwoorden: Wat heb je NODIG? Iedereen doet het. Dus waarom zou jij het niet doen? Eén voor één sluiten de tieners in Nottawa, Wisconsin, zich aan bij het nieuwste en hipste sociale medium, NODIG. Om toegang te krijgen moeten ze een op het oog eenvoudige vraag beantwoorden: wat heb je nodig? Een nieuwe iPhone? Een backstagekaartje voor een concert? In ruil voor een schijnbaar simpele taak, zal NODIG het verzoek inwilligen. Iedereen doet het. Dus waarom zou jij het niet doen? Kaylee Dunham weet wat ze nodig heeft - een nier voor haar zieke broer. Ze gelooft niet dat een sociaal netwerk zou kunnen helpen, maar ze heeft niks te verliezen.

Peter Hinssens uitdagend boek over de toekomst van onze digitale wereldPeter Hinssen is een van de internetpioniers in België en Europa. Hij is een veelgevraagde keynotespreker over de hele wereld en zal in de tweede helft van 2010 speciaal adviseur zijn tijdens het Belgische voorzitterschap van de EU. Zijn nieuwe boek vertrekt van de stelling dat wij slechts halverwege de digitale revolutie staan. We gaan nu over naar het diepe deel van het zwembad. Het volgende stuk zullen we echt moeten zwemmen. Het gebruik van technologie is immers geen nieuwigheid meer. Digitaal is het nieuwe normaal. We zullen ons enkel kunnen onderscheiden door de intelligente manier waarop we met technologie omgaan. Over die attitude en de bijbehorende gedragsaanpassingen gaat dit boek.

"This book is about focus - it's about seeing that within these new strategies, technologies and frameworks fighting for our attention, lay the tried and true tenants of good business - because innovation is nothing but a bright and shiny new toy, unless it actually works. UnBranding is here to remind you that you can't fix rude staff, mediocre products and a poor brand reputation with a fancy new app. We are going to learn from 100 branding stories that will challenge your assumptions about business today and teach valuable, actionable lessons. It's not about going backwards, it's about moving forward with purpose, getting back to the core of good branding while continuing to innovate and improve without leaving your values behind"--

Drive profitability, productivity, and accountability To create extraordinary lives, we must learn to “unplug” from the constant barrage of disruptions and “plug in” to the tools, strategies, and mindsets that allow us to harness our attention to reach our highest potential—and this book shows you how. Attention Pays spotlights on the power of attention and absolute focus. Personally: WHO we pay attention to. Professionally: WHAT we pay attention to. And Globally: HOW we pay attention in the world—and to the world. In an on-demand, 24/7 society, where distractions cost millions of people productivity, profitability,

relationships and peace, it's time to pay attention to what matters most. • Includes powerful tips and tricks increase profitability • Shows you how to achieve maximum accountability and results • Provides strategies to help you productively manage daily tasks • Offers guidance on improving your daily attention and focus If you're ready drive profitably, increase productivity and boost accountability, it's time to tune out the noise, focus on what really matters and learn how Attention Pays.

Ditch traditional corporate branding to create a powerful, recognizable brand Brand Against the Machine offers proven and actionable steps for companies and entrepreneurs to increase their brand visibility and credibility, and to create an indispensable brand that consumers can relate to, thus becoming life-long customers. Discover the aspirational currency that makes your brand one that people want to be or want to be friends with. Learn how to be real with your audience and make strategic associations to establish credibility. Brand Against the Machine will help you stand out, get noticed, and be remembered. Brand Against the Machine is the blueprint for how to market your brand to attract better clients and stand out from the clutter that is traditional corporate branding and marketing. Instant Positioning Method: How to instantly stand out from the crowd and position yourself as a resource, not just another service provider The 20/60/20 Rule: Why it's important to take a stand and why it's okay to have haters—because it creates a stronger bond with those who love you Ditch your traditional corporate branding and marketing, and exchange it for something memorable. Your customers will thank you for it.

UnBranding breaks through the noise of disruption. We live in a transformative time. The digital age has given us unlimited access to information and affected all our traditional business relationships – from how we hire and manage, to how we communicate with our current and would-be customers. Innovation continues to create opportunities for emerging products and services we never thought possible. With all the excitement of our time, comes confusion and fear for many businesses. Change can be daunting, and never have we lived in a time where change came so quickly. This is the age of disruption – it's fast-paced, far-reaching and is forever changing how we operate, create, connect, and market. It's easy to see why brand heads are spinning. Businesses are suffering from 'the next big thing' and we're here to help you find the cure. UnBranding is about focus – it's about seeing that within these new strategies, technologies and frameworks fighting for our attention, lay the tried and true tenants of good business – because innovation is nothing but a bright and shiny new toy, unless it actually works. UnBranding is here to remind you that you can't fix rude staff, mediocre products and a poor brand reputation with a fancy new app. We are going to learn from 100 branding stories that will challenge your assumptions about business today and teach valuable, actionable lessons. It's not about going backwards, it's about moving forward with purpose, getting back to the core of good branding while continuing to innovate and improve without leaving your values behind. Some topics will include: Growing and maintaining your brand voice through the noise How to focus on the right tools for your business, for the right reasons Maintaining trust, consistency and connection through customer service and community The most important question to ask yourself before innovation The importance of personal branding in the digital age How to successfully navigate feedback and reviews It's time for a reality check. It's time to solve problems, create connections, and provide value rather than rush strategy just to make headlines. UnBranding gives you the guidance you need to navigate the age of disruption and succeed in business today.

Stop met je verschuilen achter excuses en ontdek je eindeloze potentieel! Het is vaak ontzettend moeilijk om de destructieve denkgewoontes te doorbreken die je al vanaf je jeugd met je meedraagt. Deze worden continu goedgepraat met excuses als: Het is te laat om nu nog te veranderen Als ik zou veranderen, zou dat mijn leven overhoop halen Zo ben ik altijd geweest In `Stop! Geen excuses meer onthult Wayne

Read Free Unmarketing Everything Has Changed And Nothing Is Different

Dyer hoe je de negatieve denkpatronen kunt veranderen die verhinderen dat je de hoogste niveaus van geluk, succes en gezondheid bereikt. Wayne Dyer daagt je uit om die excuses voor eens en voor altijd de deur uit te doen en je dromen nu echt waar te maken! Dr. Wayne W. Dyer is een internationaal bekende auteur en spreker op het gebied van persoonlijke groei; hij wordt ook wel 'father of motivation' genoemd. Hij heeft tientallen bestsellers op zijn naam staan en verscheen onder andere in 'The Today Show' en bij Oprah Winfrey.

In Facebook vertelt David Kirkpatrick op meeslepende wijze over de oprichting, de successen en de toekomstvisie van Facebook en zijn intrigerende oprichter, Mark Zuckerberg. Met meer dan 800 miljoen gebruikers is Facebook een van de snelst groeiende bedrijven ter wereld. Kirkpatrick laat zien hoe een eenvoudige negentienjarige student het is gelukt om niet alleen het internet, maar ook de manier waarop mensen wereldwijd met elkaar communiceren te veranderen. Een paar feiten: Facebook heeft meer dan 800 miljoen leden Facebook is actief in meer dan 70 landen Facebook wordt wereldwijd gebruikt in politieke protesten tegen onrecht Facebook was het onderwerp van de film The Social Network dat door de Film Critics Association werd verkozen tot beste film van 2010

Steve Jobs was een visionaire en legendarische ondernemer. Zijn slogan 'Think different' is meer dan een marketingkreet, het is een manier van leven en werken. Maar je hoeft niet bij Apple te werken om van zijn voorbeeld te kunnen leren! De innovatieve aanpak van Jobs en Apple kan voor iedereen werken. In dit boek, een bestseller in de VS, onthult Carmine Gallo de zeven succesvolle principes die Steve Jobs toepaste in zijn eigen leven en werk. Gallo baseerde zich daarvoor op honderden interviews met Apple-medewerkers en op eigen onderzoek. Met dit boek leer je anders kijken naar je eigen verhaal, je visie - en ook naar je carrière, je klanten en je merk.

The social web has changed the way we do business forever The future of your company is not in measured, considered responses and carefully planned initiatives. Business today is about near-instantaneous response. About doing the best you can with extremely limited information. About every customer being a reporter, and every reporter being a customer. About winning and losing customers in real-time, every second of every day. About a monumental increase in the findable commentary about our companies. Having the time and information required to make a considered business decision is a luxury - a luxury that's quickly facing extinction. Yet business hasn't adapted to this evolution. And adapt you must. This book isn't about how to "do" social media. Instead, The Now Revolution outlines how you must retool your organization to make real-time business work for you rather than against you. Read about seven shifts that will help you make your company faster, smarter, and more social: Engineer a New Bedrock Find Talent You Can Trust Organize your Armies Answer the New Telephone Emphasize Response-Ability Build a Fire Extinguisher Make a Calculator The Now Revolution is pushing you to adapt the way you do business, from the inside out. It impacts your organization culturally, operationally, and functionally. This book is your guide to making the changes you need, and to harnessing the potential of this new communication era.

UnMarket to build trust and make lifelong customers! In 2009, Scott Stratten and Alison Stratten wrote the bestselling UnMarketing: Stop Marketing, Start Engaging and began a journey that would take them around the world sharing their message of engagement with corporations, entrepreneurs, and students. They are now back with this second edition, because Everything has Changed and Nothing is Different, with all the brilliance of the first edition, plus new content and commentary to reflect the rapidly changing landscape we all live, buy, and work in today. For generations, marketing has been hypocritical. We've been taught to market to others in ways we hate being marketed to (cold-calling, flyers, ads, etc.). So why do we still keep trying the same stale marketing moves? UnMarketing shows you how to unlearn the old ways and consistently attract and engage the right customers. You'll stop just pushing out your message and praying that it sticks somewhere. Potential and current customers want to be listened to, validated, and have a platform to be heard-especially online. With

Read Free Unmarketing Everything Has Changed And Nothing Is Different

UnMarketing, you'll create a relationship with your customers, and make yourself the logical choice for their needs. We know you've been told to act like other people, talk like other people, and market like all the people, but it is time for you to unlearn everything and start to UnMarket yourself. UnMarketing includes the latest information on: Idea Creation, Viral Marketing and Video, Marketing to Millennials, Authenticity, Transparency and Immediacy, Ethics and Affiliates, Social Media Platforming, UnPodcasting, Word of Mouth, Customer Service, Consumer Advocacy and Leadership. With examples of what to do, and what not to do, from small business right up to worldwide corporations in areas such as real estate, travel, service, retail, and B2B.

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 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.

?Influencer marketing is trending. Marketingplannen die inzetten op mond-tot mondreclame genereren twee keer zo veel verkoopresultaten. Maar niet alle aanbevelingen die circuleren, zijn relevant. Want wat in Amerika werkt, geldt niet zomaar in België en Nederland. INFLUENCERS is het eerste boek dat het totaalplaatje van influencer marketing schetst. Het laat iedere CEO, CMO en potentiële trendsetter inzien hoe je een boodschap kan verspreiden en geeft je een stappenplan om te beslissen over het soort magnetische content, het tijdstip en het type influencer waarop je het best inzet. Dit boek toont je hoe je een vernieuwde marketing- en communicatiestrategie kan ontwerpen die de basis vormt van het Influencer Marketing Canvas. Dit Canvas plaatst je doelen, acties en influencers op een tijdlijn en helpt je aan een helikopterblik voor de interne stakeholders.

[Copyright: 064e5f0edde104d80e61d8e3d82bd75e](https://www.amazon.nl/dp/9401910440)