



1. Aufl. 2019, XIX, 273 S. 50 Abb. Book + eBook.

eBook

[2] 29,99 € (D) | 29,99 € (A) | CHF 34,50

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek oder springer.com/shop

Hardcover + eBook

39,99 € (D) | 40,93 € (A) | CHF 43,50

Christopher Spall, Holger J. Schmidt

Personal Branding

Was Menschen zu starken Marken macht

- Zeigt, wie der Aufbau einer eigenen Marke von innen heraus gelingen kann
- Passt die Gesetze der modernen Markentechnik an die Bedürfnisse und Besonderheiten der Persönlichkeitsentwicklung an
- Hilft Ihnen, das, was Sie auszeichnet, auf den Punkt zu bringen und anderen Menschen authentisch und eindrucksvoll zu vermitteln

„Wofür stehst du?“ Die Autoren erläutern die Gesetze der modernen Markentechnik und passen sie an die Bedürfnisse und Besonderheiten der Persönlichkeitsentwicklung an. Sie veranschaulichen, wie der Aufbau einer eigenen Marke von innen heraus gelingen kann. So kann der Leser nach der Lektüre dieses Buches das, was ihn auszeichnet, auf den Punkt bringen und anderen Menschen authentisch und eindrucksvoll vermitteln. Mit einem Geleitwort von Telekom-CEO Tim Höttinges, zahlreichen Fallbeispielen und neun exklusiven Interviews, u.a. mit Wolfgang Bosbach, Christoph Burmann, Dieter Adlmaier-Herbst und Tilman Billing.

Drei spannende Fakten zum Buch

- Wissenschaft trifft „Do it yourself“: Das Buch gibt einen Überblick über populäre Ansätze des Personal Branding und bietet mit zahlreichen „Do it yourself“-Sessions die Möglichkeit, direkt loszulegen.
- Personal Branding trifft Zukunft: Das Buch gibt Werkzeuge und Techniken an die Hand, wie die eigene Persönlichkeit in Zeiten von Künstlicher Intelligenz und Social Media den erfolgsentscheidenden Unterschied machen kann.
- Persönlichkeitsmarke trifft Unternehmensalltag: Das erste Buch, das einen Einblick gibt, wie Personal Branding in Organisationen systematisch genutzt werden kann.

Stimmen zum Buch

„Auf fundiertem Unterbau und anhand kluger Gespräche setzen Spall und Schmidt einen neuen Standard in der Markenbildung von Personen, der Einsteiger abholt und Fortgeschrittene hineinzieht.“

Alexander Möthe, Handelsblatt

„Wenn Wissenschaft und Praxis eng zusammenarbeiten, kann etwas so Sinnvolles herauskommen wie das Buch von Spall und Schmidt. Der vorgestellte Ansatz ist fundiert, innovativ und höchst praktikabel.“

Dr. Florian Maier, Leiter Strategy & Brand, Jungheinrich AG

„Frauen, lest das Buch Personal Branding! Erfahrt hier, wie euch eure Eigenmarke für eine Führungsposition qualifizieren kann.“

Petra Baumann, Director Corporate Marketing, PHOENIX CONTACT

Die Autoren

Christopher Spall ist Experte für Markenentwicklung von Organisationen und Persönlichkeiten sowie Gründer und Geschäftsführer der Markenidentitäts-Beratung Spall.macht.Marke in Nürnberg.

Prof. Dr. Holger J. Schmidt ist Professor für ABWL und Marketing an der Hochschule Koblenz und Gründer des Center for Brand Excellence (C-BEX).

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany / Call: + 49 (0) 6221-345-4301 / Fax: +49 (0)6221-345-4229 / Email: customerservice@springer.com / Web: springer.com

[1] € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit [2] gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

