

Marketing

Vertrieb

Management

Controlling

Produktion



Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wir wecken Ihre Frühlingsgefühle! Überlegen Sie einmal kurz: Gibt es Marken, die Sie lieben, vielleicht schon seit Ihrer frühen Kindheit? – Ja? Dann sind Sie bereits dem *Lovemarks-Effekt* erlegen. Doch keine Sorge, das ist keinesfalls ungewöhnlich. Kevin Roberts, CEO der internationalen Werbeagentur Saatchi & Saatchi, erklärt Ihnen, wie es manchen Marken gelingt, unser Herz im Sturm zu erobern.

Auf einem ganz neuen Weg pirscht sich Erich Joachimsthaler in *Marketing auf Innovationskurs* an die Kunden heran: Er geht mit der DIG-Methode mit ihnen auf Tuchfühlung. Sinn und Zweck? Bedürfnisse und Wünsche erkennen – am besten noch bevor dem Kunden bewusst ist, was er eigentlich will.

Ich freue mich, Ihnen die Rückkehr zweier alter Bekannter anzukündigen: In neuer Auflage erscheinen *Das System der Mixed Production* von Hitoshi Takeda und *Zielgruppen* von Jochen Kalka und Florian Allgayer.

Auch den brandaktuellen Toptitel unseres Schwesterverlags Redline Wirtschaft finden Sie in diesem Heft. Mehr Information zu unserem Wirtschaftsbuchprogramm wie immer unter www.mi-fachverlag.de.

Ich wünsche Ihnen einen guten Start in den Frühling. Lassen Sie sich von unseren Wirtschaftsfachbüchern inspirieren!



Viel Spaß beim Stöbern in unserem Programm!

A handwritten signature in black ink that reads "Michael Schickerling". The signature is fluid and cursive, with a large loop at the end.

Michael Schickerling
Programmleiter mi-Fachverlag

Inhalt

Marketing	Der Lovemarks-Effekt	4
	Marketing auf Innovationskurs	6
	Checklisten Event- und Messemanagement	8
	Praxisbuch Kundenbefragungen Zielgruppen	9 10
Vertrieb	Verkaufen von Profi zu Profi	11
	Spitzenleistungen im Key-Account-Management	12
	Checklisten Kundenmanagement	13
Management	Strategie und Planung	14
Controlling	Kennzahlen für Geschäftsführer	16
	Modernes Cash-Management	17
Produktion	Das System der Mixed Production	18
	Lean TPM	19
Redline	Toptitel Redline Wirtschaft	20
Rückblick	Backlist	21
Register	Autoren und Titel	23
	Adressen	24

Wertschöpfung pur durch Perfektion

Wie man die Konkurrenz mit Leichtigkeit überflügelt

Andreas Reitz

Lean TPM

In 12 Schritten zum schlanken Managementsystem
 – Effektive Prozesse für alle Unternehmensbereiche
 – Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit durch KVP
 – Erfolge messen mit der Lean-TPM-Scorecard

Hardcover, ca. 300 Seiten

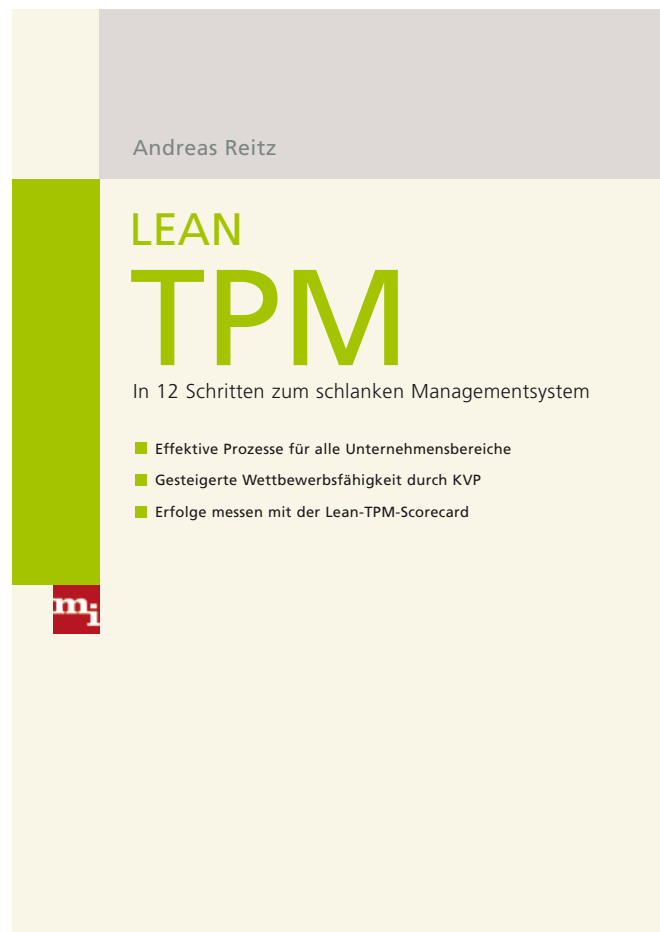
Format: 17,0 × 24,0 cm

79,90 € (D) | 82,20 € (A) | 135,00 sFr*

ISBN: 978-3-636-03119-8

Neuaufgabe: April 2008

Warengruppe: 783



Lean TPM revolutioniert das ganze Unternehmen. Der in Japan ausgebildete TPM-Profi zeigt, wie die Erfolgsformeln des Toyota-Produktionssystems auch bei uns gewinnbringend umgesetzt werden können. Lean TPM – »Total Productive Management« – identifiziert Produktivitätskiller und optimiert jeden Unternehmensprozess, über alle Abteilungsgrenzen hinweg.

- Viele Best-Practice-Beispiele aus Spitzenunternehmen
- Mit Exzellenz-Tools wie der Lean-TPM-Scorecard
- Schritt-für-Schritt-Anleitung zu mehr Prozesseffektivität

Andreas Reitz demonstriert wie man das magische Dreieck zwischen Qualität, Kosten und Lieferzeit in den Griff bekommt.

Andreas Reitz



Andreas Reitz wurde in Japan von führenden Experten zum TPM-Manager und TPM-Instructor ausgebildet. Als Projektleiter etablierte er in der Automobilzulieferindustrie das TPM-Managementsystem. Heute führt er als Unternehmensberater Lean TPM in zahlreichen europäischen Unternehmen ein.

USP

- Erstes Fachbuch, das Lean TPM als abteilungsübergreifendes Managementsystem vorstellt
- Ergänzung des Standardwerks TPM von Edward Hartmann im mi-Fachverlag

ZIELGRUPPE

Führungskräfte der Industrie, Fabrikplaner, Kaizen-/KVP-Beauftragte