

I KARRIÄREN

# UTGIVNING HÖSTEN 2017

## Böcker för dig i karriären



Kundservice, Liber  
162 89 Stockholm

Tel: 08-690 93 30  
Fax: 08-690 93 01/02

[www.liber.se](http://www.liber.se)  
E-post: [kundservice.liber@liber.se](mailto:kundservice.liber@liber.se)



## Utveckla företaget med fokus på sociala medier och kundcentrering

***Kommunikation är inte längre en fråga som bara rör kommunikationsavdelningen på ett företag. Idag måste hela företaget kommunicera för att överleva på en digital och global marknad.***

Det handlar om att lyssna vad kunden vill ha, analysera omvärlden och se möjligheterna med den nya tekniken. Det kommunikativa företaget vågar lämna kontrollen över varumärket till kunden för att genom ständig dialog med kunden gemensamt skapa det som kunden efterfrågar.

Karin Zingmark ger i sin bok verktyg för hur företag ska utveckla både sin externa och interna kommunikation med särskilt fokus på sociala medier och kundcentrering.



OM FÖRFATTAREN  
**KARIN ZINGMARK** jobbade i många år på Viasat innan hon blev marknadschef på Microsoft i Sverige. Nu har hon sagt upp sig för att istället arbeta som fristående konsult. Hon är känd för sin förmåga att leda i förändring och anlitas flitigt som konsult, föreläsare och expert inom kommunikationsfrågor.

KARIN ZINGMARK

**Maxa snacket**

*Så når du framgång genom digital kommunikation*

ISBN 978-91-47-12273-8 | 184 sid | Uppl 1/2017 | September



## Ny bok av bästsäljande Robert Cialdini!

**Författaren till den legendariska bästsäljaren Påverkan (Influence), socialpsykolog Robert Cialdini, är tillbaka med en ny bok.**

Den här gången sprider han ljus över effektiv övertalning och avslöjar att hemligheten inte ligger i budskapet i sig, utan att nyckeln ligger i ögonblicket innan du levererar ditt budskap.

I sin nya bok **För-påverkan** (Pre-Suasion) tar Cialdini sin påverkansmodell ett steg längre. Vad skiljer effektiva kommunikatörer från riktigt framgångsrika talare?

I boken förklaras hur du bäst tar till vara det nödvändiga tidsfönstret du får innan du levererar ett viktigt budskap. Detta "privilegierade ögonblicket för förändring" förbereder människor på att ta emot ett budskap innan de upplever det.

### OM FÖRFATTAREN

**ROBERT CIALDINI** är Regents' Professor Emeritus i psykologi och marknadsföring vid Arizona State University och en av världens främsta experter inom konsten att påverka ("The most cited living social psychologist in the field of influence and persuasion in the world today. Professionals in all types of fields have successfully put his insights to highly profitable use").

Översättning: Ann Lagerhammar

ROBERT CIALDINI

**För-påverkan**

*Ett helt nytt sätt att övertyga och påverka*

ISBN 978-91-47-12203-5 | 360 sid | Uppl 1/2017 | September



## Så planerar du ditt utvecklingsarbete och når resultat

### ***Lean går ut på att maximera kundnyttan och samtidigt minimera resursslöseriet.***

För att uppnå detta måste man organisera verksamhetens resurser kring kundens behov och flöde, i stället för att ensidigt fokusera på hur resurserna utnyttjas. Det är först då man hittar smarta lösningar, utanför de gamla invanda mönstren, som till exempel att dela ett pären horisontellt.

Med **Lean är bara ett namn** vill Åsa Meland inspirera fler till att arbeta lean genom att enkelt och konkret tydliggöra hur man kan planera, genomföra eller vitalisera ett leanarbete. Målgruppen är chefer och ledare, men även alla de medarbetare som måste vara involverade för att förbättringsarbetet ska bli framgångsrikt.

Boken inleds med att förklara bakgrunden till konceptet lean för att sedan beskriva hur det praktiska arbetet kan bedrivas. Begrepp som Toyotamodellen, PDCA-cykeln och kaizen förklaras och konkretiseras på ett lättbegripligt sätt med syftet att förenkla det praktiska genomförandet av konceptet.

Åsa Meland har lång erfarenhet av att arbeta med organisationsutveckling och förändringsledning däribland kaizen och lean. Hon har arbetat med stora och små företag, offentliga förvaltningar och privata företag. Hennes styrka är implementering, att införa, förverkliga och levandegöra förbättringsinsatser i verksamheten. Det här är hennes tredje bok i ämnet.



### OM FÖRFATTAREN

**ÅSA MELAND** är verksam som mentor, föreläsare, konsult och författare. Grunden i hennes arbete är uthållig organisationsutveckling och förändringsledning och hon driver sedan 1998 aktiebolaget Kaizen Support och har erfarenhet från att ha arbetat i flertalet branscher, från tillverkande industri till sjuk- och hälsovård. Kaizen Support är det företag som introducerade Kaizen och Lean i Sverige.

ÅSA MELAND

**Lean är bara ett namn**

– maximera kundnyttan och minimera resursslöseriet

ISBN 978-91-47-12225-7 | 200 sid | Uppl 1/2017 | September



## Internationell bästsäljare – nu på svenska!

**Nästan allt vi gör idag lämnar digitala spår efter sig. Genom att samla ihop, analysera och använda sig av denna digitala information – big data – kan företag nå betydande kommersiella insikter.**

Alla företag behöver därför veta vad big data är och hur det fungerar, och du behöver ha en grundläggande förståelse för fenomenet. Om du vet hur man konkret använder big data för att fastställa affärsresultat och hur man använder kunskapen för att förbättra verksamheten kan ditt företag få stora konkurrensfördelar.

Den här boken är en introduktion till att omsätta hanteringen av big data i praktiken. Här finns många exempel från företag och organisationer som tydligt visar hur man arbetar med detta komplexa ämne i praktiken i sin verksamhet. Boken utgår från SMART-modellen som står för:

- Starta med strategin
- Mät variabler och data
- Analysera data
- Rapportera resultat
- Transformera verksamheten och beslutsfattandet

Boken har legat etta på försäljningslistor i både USA och Storbritannien och vunnit pris för "Management Book of the Year 2016" av the Chartered Management Institute.

OM FÖRFATTAREN

**BERNARD MARR** är en av världens mest respekterade röster när det gäller data i affärer.

Översättning: Manne Svensson

BERNARD MARR

**Big Data**

*Smarta data och smart analys för bättre beslutsfattande och bättre resultat*

ISBN 978-91-47-12235-6 | 168 sid | Uppl 1/2017 | Augusti



## Attrahera de bästa medarbetarna och se ditt företag växa

***Hur ska ett företag arbeta för att investera i rätt medarbetare? Vad ska företaget göra för att maximera nyttan av sin investering?***

Forskning visar att företag som arbetar långsiktigt med sina värderingar och sin företagskultur lyckas bättre än andra. Att hitta rätt medarbetare handlar alltså inte bara om att få tag i rätt kompetens, utan också om att hitta den person som passar in i företagskulturen och som kan stå för företagets värderingar.

**Värderingsstyrd rekrytering som affärsstrategi** beskriver metoder och processer som leder till en lyckad rekrytering. Teorier varvas med praktiska exempel, och längst bak i boken finns mallar som hjälper dig att göra de bästa valen i rekryteringsprocessens olika steg.

Boken vänder sig till chefer och ledare som vill arbeta med rekrytering som en del av affärsstrategin.



OM FÖRFATTAREN  
**VIVEKA HOLM** är personalvetare och en av grundarna till rekryterings- och bemanningsföretaget First Reserve, där hon fortfarande är delägare. Hon har femton års erfarenhet av att rekrytera till tjänster på medarbetar- och chefsnivå.

VIVEKA HOLM

**Värderingsstyrd rekrytering – som affärsstrategi**  
ISBN 978-91-47-12223-3 | 128 sid | Uppl 1/2017 | Augusti





## Greppa tiden mellan kundmötena och lär dig förstå dina kunder

***Det är i tiden mellan kundmötena som mycket av förståelsen när det gäller kundrelationer finns. Det som är unikt i varje företag byggs upp av kundmöten och tiden däremellan.***

Förståelsen av tiden mellan kundmötena har emellertid ofta blivit förbisedd, både i litteraturen och i planering och design av program och system i företagen. Själva kundmötet, produkterna och tjänsterna har fått så mycket uppmärksamhet att den viktiga tiden mellan kundmötena har försvunnit i kundmötesprocessen.

Det gäller alltså att greppa tiden mellan kundmötena för att förstå kunderna och varför de beter sig som de gör. Nyckeln heter "skillnaden mellan aktiva och passiva kunder." Dessa kundgrupper är mycket olika i sitt sätt att agera gentemot företaget. Om man inte förstår denna olikhet, tappar man bort en stor del av det som skulle göra att kunderna uppfattar att kommunikationen vänder sig direkt till dem. Boken ger dess läsare en inblick i vilka möjligheter det finns genom att identifiera kunderna och använda potentialen som finns i tiden mellan kundmötena.



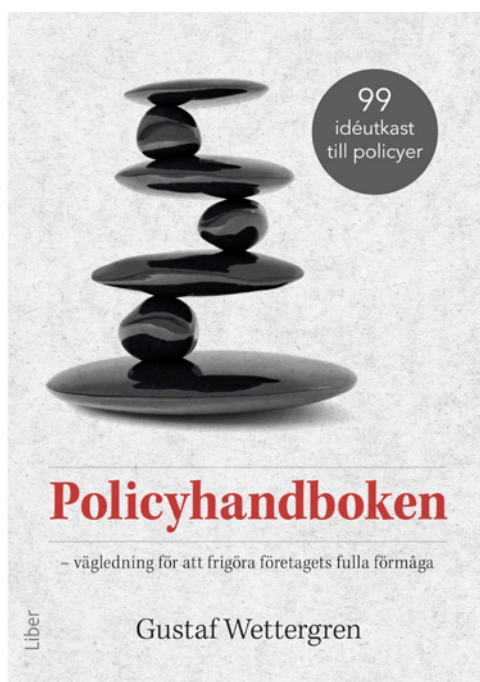
OM FÖRFATTAREN  
**INGER ROOS** är en flitigt anlitad konsult och föreläsare samt forskare. Hon är knuten till Karlstad universitet, men har många konsultuppdrag för bl.a. Telia Sonera.

INGER ROOS

**Lojala kunder**

*Fånga potentialen mellan kundmötena*

ISBN 978-91-47-12245-5 | 136 sid | Uppl 1/2017 | September



## 89 idéutkast till policyer!

***Hur skriver man en policy? Hur vet man vilka styrdokument ett företag behöver? Och hur arbetar man med sina styrdokument så att de fungerar som en ram för företagskulturen? Det finns många vinster med att ha ett fungerande värdegrundsarbete och välarbetade policydokument.***

I **Policyhandboken** får du närmare 100 exempel på policyer i alfabetisk ordning. Du får också en genomgång av vilka frågor som behöver besvaras i dokumenten, vilka dokument som behövs och hur de kan leda och vägleda företaget.

Boken ger inspiration och vägledning till dig som ska formulera och utforma företagets olika policydokument. Den vänder sig exempelvis till företagsledning, styrelseledamöter och chefer i medelstora och större företag.



### OM FÖRFATTAREN

Författaren **GUSTAF WETTERGREN** är civilekonom och har varit verksam inom bland annat Johnsonkoncernen, Marabou, Telia Mobile och Svenska Spel. Boken bygger på erfarenheter från ett långt yrkesliv som ekonomiansvarig både stora och små företag.

GUSTAF WETTERGREN

### Policyhandboken

– vägledning för att frigöra företagets fulla förmåga  
ISBN 978-91-47-12236-3 | 456 sid | Uppl 1/2017 | September





# Effektiva och meningsfulla möten med kraftfulla verktyg och handfasta råd

***Denna bok visar hur du kan bygga framgångsrika grupper och meningsfulla möten.***

Du får en komplett verktygslåda för att på bästa sätt kunna utnyttja individens, gruppens och verktygens samlade potential.

Boken innehåller verktyg för projektledare, affärsutvecklare, produktledare, processledare, förändringsledare, systemutvecklare med flera, som vill släppa loss kraften i gruppen så att bästa möjliga resultat nås.

Denna nya upplaga har genomgått en omfattande revidering och utökats med många fler kraftfulla verktyg och handfasta råd som hjälper dig att skapa effektiva och meningsfulla möten.

OM FÖRFATTAREN

**KRISTER FORSBERG** är facilitator, kursledare och expertkonsult. Han har tidigare arbetat på Ericsson där han ingått i flera ledningsgrupper. Idag driver han egen verksamhet med inriktning på ledarskap och facilitering, där han tränar och utbildar mötesledare. Krister har tidigare skrivit **Mötesledarguiden**, **Målbaserat ledarskap** och **Leda genom mål**.

KRISTER FORSBERG

Workshops och arbetsmöten

ISBN 978-91-47-12267-7 | 172 sid | Uppl 3/2017 | Oktober