

Inforin kirjakaupasta

www.infor.fi/kirjakauppa

Kirjakaupastamme löydät korkeatasoista ammattikirjallisuutta viestinnästä, markkinoinnista, henkilöstötyöstä ja johtamisesta.

Sähköiset kirjat:

Elisa Kirja <http://kirja.elisa.fi>

Ellibs www.ellibs.com/fi/

Symbolit: Kirja  Sähkökirja 

Arjen johtaminen – Käytännön esimiestyötä

Veli-Pekka Moisalo

Esimiestyö on käytännön tilanteiden johtamista. Kaikki toiminta tapahtuu ihmisten kautta. Siinä eivät auta ismit ja teoriat, jos niitä ei pysty saamaan käytäntöön.

Henkilöstö haluaa esimiehensä tekevän päätöksiä työaikajärjestelyistä, palkkauksesta, työtehtävien sisällystystä, häiriikkökäyttäytymisestä ja työpinnareista.

Näihin kysymyksiin ei pysty antamaan tyhjentävää ratkaisua, mutta niihin pystyy antamaan toimintamallin, johon voi perustaa ratkaisunsa. Kirjassa esitellään runsaasti todellisen työelämän tilanteita. Niitä on kerätty oman kokemuksen, erilaisten valmennusten ja kehittämishankkeiden avulla.

202 sivua

38 €



Arvioi ja paranna! – Viestinnän mittaamisen opas

Elisa Juholin

Viestinnän tuloksellisuus on ollut kuuma kysymys jo pitkään. Voiko viestinnän tehoa mitata? Jos voi, niin miten? Kuinka viestinnän mittarit kytketään strategian toteutukseen? Kuinka viestinnän merkitys todistetaan organisaatiolle ja johdolle?



Vaikeisiin kysymyksiin on nyt vastauksia. Professori Elisa Juholin kokosi uutuusteokseensa Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas kaiken olennaisen viestinnän mittaamisesta. Arvailut ja selittelyt voi nyt lopettaa

176 sivua

39 € 34,90 €



Avaa tästä

– Käytännön käsikirja kouluttajalle
Katleena Kortesus

Pidätkö esityksiä? Koulutatko?

Kokeneen kouluttajan hauska kirjassa opastetaan hyvien koulutuksellisten esitysten pitämiseen. Kirja on tarkoitettu niille, jotka kouluttavat oman työnsä ohella, mutta tarjoaa varmasti monia vinkkejä ammattikouluttajillekin.

156 sivua

35 €



Blogi tulee töihin

Anja Alasilta

Blogi tulee töihin on käytännönläheinen opas kaikille työelämän blogeista kiinnostuneille. Kirja tarkastelee blogeja osana organisaation johdettua viestintää ja opastaa blogikirjoittamisen periaatteisiin ja vaiheisiin.

Kirja itsessään on kuin hyvä blogi: teksti kulkee sujuvasti, näkökulmat ja tunnelmat vaihtelevat, kommentit ja "linkit" viittaavat kymmenien muiden kirjoittajien teksteihin.

293 sivua

25 €



Dialogin aika

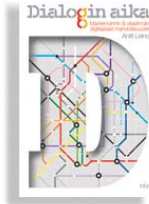
– Digitaalisen markkinoinnin ja viestinnän mahdollisuudet
Antti Leino

Dialogin aika on laaja, kattava ja ajantasainen teos digitaalisen maailman, internetin ja sen ilmentymien mahdollisuuksista markkinoinnissa ja viestinnässä. Kirjassa käydään läpi sähköiset kanavat verkkopalveluista ja sähköpostista sosiaaliseen mediaan, hakukoneisiin ja vasta nousussa oleviin kanaviin.

Teos on tarkoitettu markkinoinnin ja viestinnän tekijöille, jotka miettivät, miten tavoittaa tehokkaasti ja yllättävästi kohdeyleisöt kuluttajista päättäjiin.

335 sivua

35 €



Johtamisen suurenmoinen keveys

– Esimiehenä asiantuntija- ja palveluorganisaatioissa
Raimo Pitkänen

Teos opastaa mm. kuinka asiantuntijoita innostetaan, motivoidaan ja sitoutetaan sekä kuinka osaamista ja luovuutta johdetaan tuloksellisesti.

Kirja opastaa yhdistämään ja ymmärtämään asiantuntijan ja asiakkaan näkemyksiä niin, että molemmat ovat tyytyväisiä ja kertoo myös kuinka asiantuntijatyötä mitataan ja palkitaan.

Kirja sisältää myös useita helposti hyödynnettäviä työkaluja.

288 sivua

48 €



Innovaatiot ja journalismi

Turo Uskali

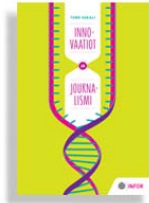
Viestintämaailman muutosvauhti on nopeampaa kuin koskaan. Kyse on ennen kaikkea internetin noususta maailman johtavaksi viestintäkanavaksi ja innovaatioiden kasvualus taksi. Uskalin kirja tarjoaa ensimmäisen yhteenvedon innovaatioiden ja journalismin tärkeistä vuorovaikutuksista.

Hyvän innovaatiojournalismin tehtävänä on kriittisesti raportoida uusista teknologioista, sosiaalista innovaatioista kuin myös media maailman muutoksista.

Kirja soveltuu niin viestinnän kuin innovaatioidenkin opiskelijoille ja ammattilaisille.

144 sivua

38 € 33,50 €



Katso.Näe.Kuvittele.

– Visuaalisia avaimia bisnesluovuuteen
Jussi Luukkonen

Katso.Näe.Kuvittele. opastaa tiedon visualisointiin. Opas on sinulle, joka haluat uusia ideoita visuaalisten elementtien käyttöön osana esityksiäsi, raporttejasi, julkaisujasi, verkkopalveluasi tai lehtiäsi

Kirja kertoo kuinka visuaalinen ajatteluprosessimme toimii, miten näemme ja hahmotamme ja auttaa näin valitsemaan oikeat kuvaustavat kuhunkin yhteyteen.

Kirjan luettuasi katsot tarkemmin, näet enemmän ja kuvittelet paremmin.

207 sivua

25 €



UUTUUS

Iso Jii – aito Johtaja

Hannu-Pekka Sinervä

Kirja "Iso Jii - aito Johtaja" on syntynyt juuri tarpeesta luoda perustava pohja aidolle johtamiselle, työssä ja työn ulkopuolella. Kirjassa esiin tuotu aitousjohtaminen on "kaikkien johtamisoppien äiti". Sen omaksuttuaan ja siihen sitouduttuaan on helpompi oppia uusia ajatuksia johtamisesta työssään ja muussa elämässään. Aitousjohtaminen keskittyy yksilön kehittymisen vaatimuksiin tavoitteenaan yhteisöllisyyden tunteen tehostuminen ihmisissä yleisemminkin.

196 s

45 € (tulossa) €



Kirjoita kiinnostavasti

Taina Uimonen

Onko tekstissäsi kiehtovia tarinoita ja tuoreita vertauksia? Kerrotko kiintoisia esimerkkejä ja yksityiskohtia? Kuuluuko lainauksistasi ihmisen ääni? Onko ilmaisussasi väriä ja verevyttä? Uskaltaudutko kuvakieleen? Miten on sanavarastosi laita?

Saat oppaasta käytännön neuvoja mukaansatempaavien, elävien ja rohkeiden tekstien kirjoittamiseen.

142 sivua

38 € 29,90 €



UUTUUS

Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa

Lilly Korpiola



Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa on yleistajuinen tietokirja, joka tarkastelee kriisiviestintää muuttuvassa media- maisemassa. Digitaalinen julkisuus on tehnyt kriisiviestinnästä yhä haastavampaa ja nopeampaa. Kriisiin vastattavat välittömästi monissa eri medioissa. Myös kriisiuutisen elinkaari on lyhentynyt yhä kiihtyvämässä uutiskilpailussa.

Kirja avaa näkökulmia mm. siihen, mitkä ovat sosiaalisen median haasteet ja mahdollisuudet kriisiviestinnässä unohtamatta organisaation sisäisen viestinnän tarvetta kriiseissä. Kirja tarjoaa myös teoriaa ja käytäntöä yhdistämällä oivalluksia kriisiviestinnän kanssa painiskeleville - niin kokeneille viestintäammattilaisille kuin vasta aiheeseen perehtyville viestijöille.

128 sivua

45 € 32,90 €



Kirja on suunnattu erityisesti asiakaspalvelun johdolle ja esimiehille, mutta myös asiakaspalvelijat saavat siitä oivalluksia.

110 sivua

43 € (tulossa) €



Kuunteleva organisaatio

Jukka-Pekka Puro



Hyvällä kuuntelemisella vältetään väärinkäsityksiä ja virhetulkintoja, vähennetään epävarmuutta ja epäluottamusta sekä syvennetään yhteenkuuluvuutta ja sitoutuneisuutta - ja parannetaan näin myös tuottavuutta.

Kun esimies osaa kuunnella, alaisten stressi vähenee ja työilmapiiri paranee – tutkitusti. Tämä kirja opastaa oikeaan, aitoon kuuntelemiseen ja kertoo kuuntelemisen merkityksestä työyhteisön sisäisessä vuorovaikutuksessa.

127 sivua

25 €



UUTUUS

Kuka media 2012

– Kun mediaviestinnän pitää osua!



Kuka media 2012 -hakemisto sisältää lähes 4 000 yhteystietoa eri medioihin. Pysy ajan tasalla ja hanki viestinnän tekijän tärkeät työvälineet ja tuoreimmat mediatiedot.

Mediaopas antaa käytännön ohjeita miten tiedotusvälineiden kanssa tullaan toimeen. Oppaassa myös käsitellään mediamaailman muutosta, sosiaalisen median tuomaa lisähaastetta viestinnälle ja se sisältää uudet Journalistin ohjeet .

Hakemistoa täydentää verkkopalvelu, joka sisältää kaikki samat yhteystiedot kuin painettu hakemistokin. Verkkopalvelussa voi helposti koota omia tiedotejake-luistoja keräämällä sähköpostiosoitteita tietokannasta. Uutena palvelussa on myös viestintää käsitteleviä blogeja

312 sivua

95 €



UUTUUS

Mediasuhteet – Vahvistä ääntäsi!

Pekka Laakso ja Juha Lappalainen



”Ihmisenä en tätä tekisi, mutta toimittajana minun täytyy.”

Toimitustyötä tuntemattomilla tai siihen ennakkoluuloisesti suhtautuvilla elää vahvassa harhakäsitys siitä, että kun toimittajat ovat työssään kriittisiä ja periaatteellisia, he olisivat tahallaan ikäviä. Eivät he ole. Ei kukaan nauti siitä, että pääsee kirjoittamaan ikävistä asioista, vaan niitä joutuu käsittelemään työssään.

Ikäviin kysymyksiin voi parhaiten varautua niin, että mieltii, mitä toimittajat saattavat kysyä ja hoitaa asiat kuntoon. Toimittaja kysyy ikäviä kysymyksiä siksi, että muuten hän tekisi työtään huonosti.

102 s

40 € (tulossa) €



UUTUUS

Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa

Katleena Kortesoja ja Liisa-Maria Patjas



Kuinka asiakasta palvellaan sosiaalisessa mediassa? Millainen on myyvä meili? Mitkä ovat tyypillisimmät ajattelemattomuudet tekstiviesteissä yrityksiltä asiak- kaille? Miten chat toimii asiakkaan kanssa? Kuka vastaa? on kirja uudesta sähköisestä asiakaspalvelus- ta.

UUTUUS

Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet

Janne Matikainen (toim.)



Median käyttäjissä näyttäisi olevan vahvasti kaksi sukupolvea: uusi ja vanha. Vanha sukupolvi on sanomalehtien ja television sukupolvi, uusi sen sijaan internetin ja sosiaalisen median sukupolvi. Todellisuus ei liene näin mustavalkoinen.

Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet -kirjassa raapaistaan asiaa hieman syvemmältä ja selvittää erilaisia sukupolvia sekä niitä yhdistäviä ja erottavia tekijöitä. Tarkastelun kohteena ei pelkästään ole yleisöjen sukupolvet, vaan myös journalistien ja media-muotojen sukupolvet.

151 sivua

39 € 25,90 €



UUTUUS

Palaute kuuluu kaikille

Risto Ahonen ja Sirke Lohtaja-Ahonen



Kirja antaa eväät yhteisen ymmärryksen luomiseen työyhteisössä ja työkalut palautekulttuurin kehittämiseen, jonka avulla lukija oivaltaa, että hän voi käynnistää muutoksen itsessään ja työyhteisössään. Lukija ymmärtää, että pienillä muutoksilla omassa käyttäytymisessä ja työyhteisön käytännöissä saadaan aikaan suuria asioita itsessä ja työyhteisössä.

Kirja on käytännönläheinen opas, joka murtaa myyttejä ja haastaa lukijan ajattelemaan. Kirja saa lukijan näkemään palautteen uudesta näkökulmasta. Kirja perustuu tuoreimpaan käyttäytymistieteelliseen tutkimukseen sekä käytettyihin ja koeteltuihin johtamisen ja vuorovaikutuksen viitekehyksiin.

145 sivua

35 € 23,90 €



Sano se someksi

Katleena Kortesus



Miksi sosiaaliseen mediaan pitää kirjoittaa eri tavalla kuin printtiin? Miten se tehdään? Millaisella tyyliä valitset somen eri kanaviin?

Sosiaaliseen mediaan ei voi kirjoittaa siten kuin perinteistä yritysviestintää on aiemmin tehty. Yksisuuntaisuuden tilalle on tullut keskustelu. Tiedonvälityksen auktoriteettiasema on hajonnut jokaisen oikeudeksi viestiä. Kirjoitustyylinkin on oltava erilainen.

Ani harva tulostaa blogi-postauksia tai verkkokeskusteluja, sillä tekstit on lähtökohtaisesti tehty nopeaan kulutukseen. Verkkotekstin on oltava silmäiltävää, tiivistä, lyhyttä ja helppolukuista. Sano se someksi on hauska opas sosiaalisen median kirjoitustyyliin.

140 sivua

38 € 29,90 €



UUTUUS

Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet

Antti Leino



"Koko netti pitäisi räjäyttää, kun tuntuu, että asiakkaasta on tullut pomo," - tuntematon autokauppias, 2007

Kirjan kohderyhmä on suomalainen pk-yritys, joka toimii kotimarkkinoilla tai lähes kokonaan globaaleilla markkinoilla. Suomessa on noin 200 000 pk-yritykseksi luokiteltavaa toimijaa. Osa niistä käyttää nettiä jo täysin luonnollisena työkaluna, mediana ja kauppapaikkana, mutta monelle netistä on tullut välttämätön pakko.

Kirjassa käsitellään nettiä työkaluna markkinoinnissa, myyninedistämässä, myynnintekijänä, asiakaspalvelun toteuttamiseksi ja monessa muussa. Yritysten sisäiset verkot, intranetit jätämme vähemmälle huomiolle.

349 sivua

45 € (tulossa) €



Suhde

– sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää
Christina Forsgård, Juha Frey



Sosiaalinen media on tullut jäädäkseen yrityksiin ja muihin organisaatioihin. Se tarjoaa uusia tapoja markkinoida, viestiä ja johtaa. Uutuuskirjassa kokeneet konsultit avaavat uusien mahdollisuuksien koko kirjon sekä valistavat pelisääntöistä ja sudenkuopista.

Kirja on vastaus tämän hetken hämmennykseen ja kysymyksiin: kuinka sosiaaliseen mediaan kaikkine muotoineen oikein pitäisi suhtautua ja mitä hyötyä siitä oikein on?

Opas on suunnattu niin johdon kuin viestinnän ja markkinoinnin käyttöön.

159 sivua

40 € 34,90 €



Suorituksen johtaminen ja palkitseminen

Juhani Kauhanen



Kirja käsittelee johtamista koko organisaation viitekehyksessä sekä esimiestyön että alaisen näkökulmasta huomioiden yksilöiden moninaisuuden ja erilaiset odotukset työltä ja elämältä. Lähtökohtana ovat organisaation toimintaympäristö ja strategiset päämäärät, joiden pohjalta eri organisaatiotasolle asetetaan organisaatiokulttuuriin sopivalla tavalla tavoitteet.

Tavoiteasetannan ja lähijohtamisen lisäksi erityistä painoa on suorituksen erilaisilla arviointimenetelmillä ja mittaamisella.

125 sivua

40 € 37,90 €



Tekstiä ruudulla

Katleena Kortesoja



Tekstiä ruudulla on opas verkkokirjoittamiseen ja sähköpostiviestintään. Teos on käytännönläheinen käsikirja työelämän tarpeisiin, ja se keskittyy konkreettisiin vinkkeihin ja toimintaohjeisiin. Kirjan aihepiirejä ovat muun muassa verkkotekstien eri lajit, tiedottaminen, myynti sähköpostitse, reklamaation hallinta, blogit, tietoturva sekä selkeä teksti.

Kirja on tarkoitettu työelämän kiireiseen käyttöön: siinä on runsaasti esimerkkejä, vinkkilistoja, havainnollistavia taulukoita ja ripaus huumoriakin. Jos haluat kehittää omaa tekstiäsi, parantaa verkkotekstien rakennetta tai sujuvoittaa sähköpostiviestintää, olet osunut oikeaan teokseen.

198 sivua

30 €



UUTUUS

Toimiva kuva kaaoksessa

Toiminnalliset ja visuaaliset kehittämismenetelmät organisaatioiden muutosmyrskyssä

Antti Soikkanen



Teos soveltuu yritysten kehittäjille ja konsulteille, jotka etsivät uusia näkökulmia, työkaluja ja menetelmiä työhönsä. Kirja luo käytännön välineitä ja harjoituksia esimiehille ja asiantuntijoille tutkia ja kehittää työympäristöään ja työyhteisöään. Lisäksi kirja avaa uuden näkökulman toiminnallista ja visuaalisista menetelmistä sekä systemisen ajattelun soveltamisesta kiinnostuneille.

158 sivua

40 € (sähköinen kirja tulossa)



Utilitaarinen markkinointi –

Markkinoinnin tuloslaskenta

Timo Rope Timo ja Maarit Rope



Kirja esittelee käytännöllisellä otteella yksissä kansissa erilaiset markkinoinnin tulosmittarit ja opastaa, kuinka niistä rakennetaan toimiva markkinoinnin tuloksellisuutta seuraava mittaristo. Kirjassa yhdistyvät ensimmäistä kertaa laskentatoimi ja markkinointimaailma toisiinsa ymmärrettävällä tavalla.

Kirja esittelee myös markkinointitilinpäätöksen, johon sisältyvät mm. markkinoinnin tuloslaskelma ja tase. Ne osoittavat yrityksen arvon markkinoilla ja tehtyjen markkinointitoimien tuloksellisuuden.

Markkinoinnin tuloslaskenta on markkinoinnin tuloksellisuuteen liittyvän laskentajärjestelmän esittämistä ja soveltamista niin, että yritys saa markkinoinnin operatiivisen toiminnan analysointiin ja kehittämiseen toimivat työkalut.

192 sivua

35 €



UUTUUS

Uusi HR – arjen henkilöstöjohtamista

Veli-Pekka Moisalo



Human Resources (HR) yksikkö pystyy löytämään ratkaisuja uusiin kysymyksiin ja odotuksiin mm. työn suunnitteluun, esimiestyön tukeen, innovatiivisuuteen, tehokkaaseen viestintään, osto-osaamiseen, mobiililyön tehostamiseen, työvoiman hankintaan ulkomailta ja työhyvinvoinnin uusiin tarpeisiin. Kirja antaa valmiuksia ja taitoja kohdata nämä uudet vaatimukset. Mukana on sekä teoreettisempaa näkökulmaa että käytännönneuvoja.

Kirja avaa ajatuksia HR-asiantuntijan henkilökohtaiselle roolille ja tavalle hoitaa tehtävänsä. Pelkällä tietosaamisella ei enää pärjää, jos ei osaa soveltaa sitä. On pystyttävä tukemaan entistä paremmin esimieskuntaa, joka tarvitsee selkeitä vastauksia. Kirja soveltuu yksityiselle ja julkiselle sektorille sekä pk-yrityksiin, joissa vaativaa työtä hoidetaan usein oman työn ohessa.

175 sivua

49 € (tulossa) €



Yhteiskuntavastuu. Nyt

Markku Jussila

Vastuullisuuden ja eettisyyden vaatimus vahvistuu yritystoiminnassa. Asiakkaat, yhteistyökumppanit sekä henkilöstö ja yrityksestä työnantajana kiinnostuneet kiinnittävät entistä enemmän huomiota vastuullisuuteen.

Yhteiskuntavastuu on aito kilpailutekijä. Opas kertoo myös vastuullisuuskehityksen tulevaisuuden trendit ja megailmiöt.

157 sivua

30 €



Lyö rumpua!

– blogikirja Elonmerkistä
Katleena Korteso (toim.)

Viestintä on parhaimmillaan myyntiä ja brändiä tukeva perustoiminto. Ilman viestintää yritys ottaa takkiinsa niin että tuntuu. Kirja on katsaus viestintään ja designiin 15 bloggajaan silmin.

Kaikki kirjan tuotot ja tekijäpalkkiot ohjataan Unicefi:lle. Viestintä voi tehdä hyvää monella tavalla.

160 sivua

20 €



www.infor.fi/kirjakauppa



INFOR