

[Read download] Was würde Apple tun?: Wie man von Apple lernen kann, in der digitalen Welt Geld zu verdienen

## Was würde Apple tun?: Wie man von Apple lernen kann, in der digitalen Welt Geld zu verdienen

Von Dirk Beckmann

ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #504289 in eBooksVerffentlicht am: 2011-03-02Erscheinungsdatum: 2011-03-02File Name: B004Z68AIY | File size: 47.Mb

**Von Dirk Beckmann : Was würde Apple tun?: Wie man von Apple lernen kann, in der digitalen Welt Geld zu verdienen** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Was würde Apple tun?: Wie man von Apple lernen kann, in der digitalen Welt Geld zu verdienen:

Kundenrezensionen  
Hilfreichste Kundenrezensionen  
4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Wie würde Apple schreiben?  
Von nodi66ber 90 Prozent aller Computer weltweit sind Windows-Geräte - und alles redet von Apple!  
Viele Analysen aus Kreisen der beratenden und begleitenden Dienstleistungsbranche, die sich um die digitale Wirtschaft drehen, drohen, sich immer wieder gerne in der "deskriptiven Analytik" zu verlieren, wie wir es weiland etwas schbig an der Uni nannten. Das geht dann weder nach vorne, noch nach hinten - im Sinne einer Argumentationskette, die sich über das Heute hinaus weiterspielen lässt. Bei Dirk Beckmann ist das anders. Man merkt, dass der Autor mit seiner Agentur artundweise seit 20 Jahren (!) in der digitalen Wirtschaft zu Hause ist. Also noch vor dem kommerziellen Start des Internets. (Für die Jüngeren: Vor 1992 war kein Internet. Da war Nix - wie vor dem Urknall.) So leichtfüßig und tiefgründig wie Beckmann das Phänomen Apple beschreibt, bleibt die Titelfrage nicht rhetorisch. Der Autor schafft es, Apple zu "entzaubern" - Strategien und Konzepte von Apple in kausale Zusammenhänge zu verpacken und mundgerecht zu servieren. Doch er tut das, ohne Apple den Mythos abzusprechen. Wer dem Buch folgt, versteht nicht nur Zusammenhänge und Erfolge, sondern erhält Anregungen zur eigenen konzeptionellen Anwendung - egal in welcher Branche. Allerdings sollte das Buch nicht als "Du und Dein Apple-Konzept" missverstanden werden. Die beinahe philosophische Verarbeitung des Prinzips Apple und die Vermeidung fachterminologischer Selbstbefriedigung sorgen dafür, dass sich "Was würde Apple tun?" relativ leicht lesen und verstehen lässt. Und es macht durchaus Spaß, anschließend beim Feierabendbierchen (alkoholfrei) mal Projekte oder Produkte aus auch völlig anderen Branchen wahllos herauszugreifen und die Frage in die Runde zu werfen: Was würde Apple tun? Die volle Punktzahl gebe ich nur deswegen nicht, weil ich im Bereich Sachbuch politisch-historische Themen bevorzuge. ;-)  
2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Erkenntnis die Spaß macht  
Von Guitarman  
Dieses Buch ist weder eine Designdokumentation, noch eine historisch umfassende Beschreibung von Apples Wirken. Es stellt Behauptungen auf, ohne diese wissenschaftlich zu belegen und doch sind die Aussagen von Beckmann von großem Wert. Es sollte jedem klar sein, dass man die Erfolgsstory von Apple nicht 1 zu 1 kopieren kann. Aber die Grundzüge "Appleschen" Handelns, die Prinzipien von Steve Jobs, der Verzicht auf den Funktionen-Overkill und die Orientierung am Nutzer, das sind die Punkte über die jeder Manager nachdenken sollte. Einiges erscheint selbstverständlich, manche Erkenntnisse banal und doch werden immer noch Produkte entwickelt, ohne sich vorher Gedanken zu machen, wer das Produkt wie und wann eigentlich nutzen wird. Der Erfolg liegt in der Konsequenz, der bewussten Reduktion, in der Qualität und natürlich in der ästhetischen Form. Nach und nach kommen Teile dieser Philosophie auch bei anderen Unternehmen zur Anwendung, aber meist nicht bis ins letzte Detail und genau hier liegt das Problem. Nach der Lektüre dieses Buches wird man einiges anders sehen und genau diese neue Sichtweise hilft dabei, Prozesse und Produkte anders und marktgerechter beurteilen zu können. Was man jetzt noch braucht, ist der Mut, diese Erkenntnisse auch gegen Ignoranz und festgefahrene Ansichten durchzusetzen. Zu Recht wurde dem Werk der 'Deutsche Wirtschaftsbuchpreis 2011' verliehen. Eine sehr kurzweilige Art, als Manager vielleicht das kleine aber wesentliche Quentchen besser zu werden als die Mitbewerber.  
1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. gute Anregungen  
Von Carsten Peter, www.abfindungsforum.de  
Zugegeben, der Gedanke lag nah, dass es sich um ein Konzept des Buches "was würde Google tun" handeln könnte. Bereits in der Einleitung erklärt Dirk Beckmann, dass es sich bei der Annahme nur um den bewusst hinhlich klingenden Titel handelt. Die Geschäftskonzepte, die Unternehmensphilosophie und die Markenkommunikation von Apple und Google sind so extrem unterschiedlich, dass Vergleiche kaum möglich wären. "Wie kein anderes Unternehmen weiß Apple mit den Bedürfnissen und Wünschen der Nutzer umzugehen. So werden aus eigener Innovationskraft Produkte geschaffen, die so ungewöhnlich neu sind, dass sie weit über aktuelle Kundenwünsche hinaus gehen" und "Von der Hardware bis zur viel gelobten Software ist Apple Weltklasse". Das sind die lange bewiesenen Tatsachen, von denen der Autor ausgeht und beschreibt, wie man von Apple lernen kann. Gerade die Medienindustrie, die kontinuierlich Werbeeinnahmen verliert (und Zeitungsverlage, denen Abonnenten weg brechen) leiden enorm unter den aktuellen Entwicklungen des Internets. Doch Beckmann geht auch auf Unternehmen der Unterhaltungselektronik, des Bildungswesens und Autoindustrie, auf Telekommunikationsanbieter und Küchenhersteller ein, um aufzuzeigen, was diese und andere Wirtschaftszweige von der Innovationskultur, der Detailversessenheit und dem Produktdesign von Apple lernen können, um diese Strategien gewinnbringend im eigenen Unternehmen umzusetzen zu können.

Kurzbeschreibung  
Niemand profitiert von der digitalen Revolution mehr als Apple. Immer wieder gelingt es dem Konzern, mit kreativen Ideen und revolutionären Geräten neue Märkte zu erschließen und die Kunden zu begeistern. Dirk Beckmann erklärt, warum das vergleichsweise altmodische Geschäftsmodell von Apple der Umsonstkultur von Google und anderen Wettbewerbern weit überlegen ist. Und er verrät, wie Sie die Strategien von Apple gewinnbringend für Ihr eigenes Unternehmen umsetzen können.  
Kurzbeschreibung  
Niemand profitiert von der digitalen Revolution mehr als Apple. Immer wieder gelingt es dem Konzern, mit kreativen Ideen und revolutionären Geräten neue Märkte zu erschließen und die Kunden zu begeistern. Dirk Beckmann erklärt, warum das vergleichsweise altmodische Geschäftsmodell von Apple der Umsonstkultur von Google und anderen Wettbewerbern weit überlegen ist. Und er verrät, wie Sie die

Strategien von Apple gewinnbringend für Ihr eigenes Unternehmen umsetzen können. Der Autor und weitere Mitwirkende Dirk Beckmann ist Experte für digitale Innovation. Seit über 20 Jahren berät er als Geschäftsführer von artundweise Unternehmen wie Kraftfoods, Kellogg's, die WAZ-Mediengruppe, Grfe und Unzer und Otto.