



英国安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

ANDREW NURNBERG ASSOCIATES INTERNATIONAL Ltd.

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司

2023 BIBF

经管图书

KOGAN PAGE



感谢您的阅读！请将回馈信息发至：

吴伊裴 (Jessica Wu) Jessica@nurnberg.com.cn

郭丹娅 (Leah Guo) Leah@nurnberg.com.cn

安德鲁·纳伯格联合国际有限公司北京代表处

北京市海淀区中关村大街甲 59 号中国人民大学文化大厦 1705 室, 邮编: 100872

电话: 010-82449325

传真: 010-82504200

Email: Leah@nurnberg.com.cn

网址: www.nurnberg.com.cn

微博: <http://weibo.com/nurnberg>

豆瓣小站: <http://site.douban.com/110577/>

微信订阅号: ANABJ2002



扫我关注ANA微信账号
获取最新版权资讯

北京市海淀区中关村大街甲 59 号中国人民大学文化大厦 1705 室, 邮编: 100872

电话: 010-82504106 网址: www.nurnberg.com.cn



出版社概况

About Kogan Page

Kogan Page 是一家全球领先的独立出版商，主要出版不同层次的商业类图书，围绕着商业基础，实战指南和尖端商务这些主题。我们出版世界上一些一流作家的专业著作，使他们从学术获奖者变为国际贸易畅销书作家。

通过在商业类图书出版的重点领域，包括《管理与领导》(Management and Leadership)、《市场营销与公共关系》(Sales Marketing and PR)、《人力资源管理与培训》(Human Resources Management and Coaching)、《金融与投资》(Finance and Investment)、《战略与风险管理》(Strategy and Risk)、《小型企业》(Small Business) 以及《物流与运输》(Logistics and Transport) 的杰出表现，Kogan Page 建立了良好的声望。在“教育与技能”板块和“事业与发展”板块的产品中，Kogan Page 为读者提供专家建议，从启蒙时期到事业蓬勃发展时期，从成功找到第一份工作到发展专业知识，使读者实现事业理想。

作为商业领域的专业出版社，Kogan Page 认为同我们的作者紧密、协调地工作关系是我社成功发展和产品商业成功的关键。每一位作者都是他们所在领域的专家。我们将他们的才能与出版界的精英相结合，实现了效益的最大化。

Kogan Page 是电子领域的先驱者，作为首批将产品数字化的商业出版社，Kogan Page 起到示范作用。我们的电子书在各大平台和网络阅读器上都可以获得。Kogan Page 十分重视数字化发展，已经成功创建了一些客户终端来配合我们的产品。

Kogan Page 在伦敦，费城和新德里拥有办公处。同时，代理商网络服务于产品的全球发行。我们在国际市场的强大影响力通过在伦敦书展、法兰克福书展、纽约全球图书博览会、新德里全球书展、北京国际书展以及其他国际性贸易活动得以巩固。Kogan Page 已经将权利人和版权工作人员集中向外出售翻译版权和电子版权。我社出版的许多图书的翻译版遍及世界各地，包括中国、韩国、日本、巴西、欧盟地区以及中东地区。

Kogan Page 与英国及国际图书零售商保持密切联系，包括位于高速公路、机场、和火车站的图书零售网点、电子商务网站、图书批发商以及图书馆供应商。这种关系的保持得益于内部会计人员和地区销售团队以及定期到世界各地参观书店和相关机构的共同努力。此外，Kogan Page 在先进出版系统的投入使其能够每日更新数据供零售商参考。



中文书名：《员工体验策略:设计有效的员工体验以提高绩效并推动业务成果》

英文书名：**EMPLOYEE EXPERIENCE STRATEGY:
DESIGN AN EFFECTIVE EX STRATEGY TO IMPROVE
EMPLOYEE PERFORMANCE AND DRIVE BUSINESS
RESULTS**

作者：**Ben Whitter**

出版社：**Kogan Page**

代理公司：**ANA/Leah**

页数：**288 页**

出版时间：**2023 年 7 月**

代理地区：**中国大陆**

审读资料：**电子稿**

类型：**经管**



内容简介：

设计和实施卓越的员工体验策略对于业务成功至关重要。本书来自员工体验领域的领军人物，提供了成功所需的一切。

《员工体验策略》解释了如何评估组织及其员工的需求，定义和建立有效的员工体验 (EX) 策略，并将其成功融入业务。此外，还提供了有关如何从业务的其他部门获得利益相关者支持的指导，并确保 EX 策略适用于远程、混合和面对面工作。它还涵盖了如何克服常见挑战和衡量战略的投资回报率。最重要的是，本书展示了如何确保 EX 策略实现企业的财务和绩效目标。

本书以微软、谷歌、葛兰素史克、联合利华、乐购和星巴克等组织的原始数据、研究和全球案例研究为基础。此外，书中还提供了一些实例，并与成功实施了稳健员工体验策略的领导人物进行了访谈。本书的作者是本·惠特，他在 2021 年因其在员工体验方面的工作而获得 Thinkers50 的认可，这本书是所有需要构建、嵌入和维持有效 EX 策略的高级人才专业人士的必读之书。

作者简介：



本·惠特 (Ben Whitter)，是《员工体验与工作中的人类体验》(*Employee Experience and Human Experience at Work*) 一书的作者，是 HEX 组织的首席执行官和世界员工体验研究所 (WEEI) 的创始人。本因其“引人注目的”EX 研究而被 Thinkers50 评为 2021 年全球顶尖管理思想家之一。他以在全球范围内倡导和推广员工体验理念而闻名。他通过广受欢迎的主题演讲，咨询服务，辅导和全球 HEX 从业者计划分享他的工作和研究成果。他的作品已经吸引了 1800 万人，激发了第一届 EX 会议的灵感，并出现在《泰晤士报》、《每日电讯报》、《福布斯》、《金融时报》、《经济学人》、麻省理工学院斯隆管理学院、汤森路透等多家出版物上。



本·惠特是一位多产的关于人类和员工体验主题的全球演讲者，并向 30 多个国家的观众介绍了他的想法。他经常担任全球顶级公司的顾问和战略教练，帮助他们制定战略，实现卓越的业务和人员成果。2021 年，他被《人力资源杂志》评为最具影响力的人力资源思想家之一。他常驻英国伦敦，但在全球开展业务，可以在 www.hexorganization.com 上与本及其团队合作，了解他的思想领导力，并探索合作项目。

中文书名：《电子商务增长战略：以品牌为导向的方法吸引购物者，建立社区并留住客户》

英文书名：E-COMMERCE GROWTH STRATEGY: A BRAND-DRIVEN APPROACH TO ATTRACT SHOPPERS, BUILD COMMUNITY AND RETAIN CUSTOMERS

作者：Kunle Campbell

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

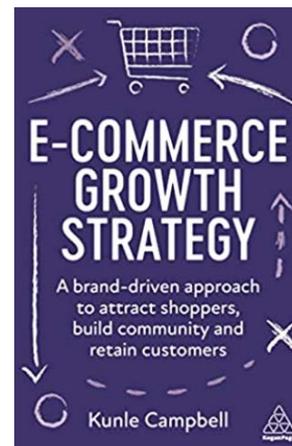
页数：288 页

出版时间：2023 年 8 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

通过完整的蓝图，将电子商务工具和指标与更广泛的品牌建设和营销战略联系起来，提高知名度、客户参与度和转化率。

为了应对不断变化的客户需求和期望，无论是小型品牌还是大型品牌，电子商务的增长都在迅速加快。为了发展和成功，企业需要的不仅仅是一个精心设计的网站。《电子商务增长战略》涵盖了成功所需的关键电子商务工具和指标，至关重要的是，它还将它们与创造难忘的购物者和品牌体验的更广泛背景联系起来，并通过建立社区和有效的社交媒体战略来吸引和留住客户。

《电子商务增长战略》还提供了关键领域的报道，例如如何与有影响力的人建立富有成效的合作伙伴关系，整合付费媒体以最大限度地扩大影响力，并考虑到客户隐私来处理数据。本书以要点式的章节摘要、行业领导者的访谈、一系列案例研究以及在线实践实施工具包为特色，是希望有条不紊地规划、执行和管理其电子商务增长计划的品牌的重要指南。

作者简介：

昆勒·坎贝尔（Kunle Campbell）是一位电子商务发展顾问。他常驻英国牛津，为一系列纯在线和全渠道零售商提供咨询，并主持领先的电子商务播客 *2X eCommerce Podcast*。他曾在 SAP Commerce 和巴克莱银行组织的会议上发表讲话，并接受了英国广播公司、《纽约时报》



和《国际先驱论坛报》等国际新闻媒体的采访。2021年，他被 Influencer Marketing Hub, Scurri 和 eDesk 评为顶级电子商务影响者。

中文书名：《讲述品牌故事：以顾客为核心》

英文书名：*Brand Storytelling: Put Customers at the Heart of Your Brand Story, Second Edition*

作者：Miri Rodriguez

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

出版时间：2023年7月

代理地区：中国大陆、台湾

页数：304页

审读资料：电子稿

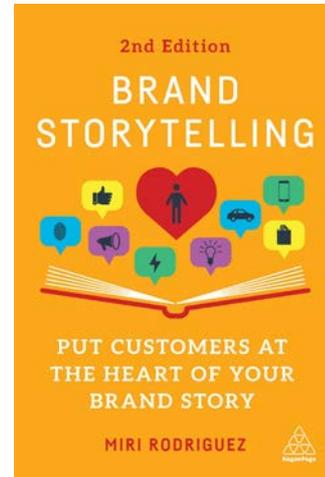
类型：经管

版权已授：日本，韩国，俄罗斯，西班牙

368 in Public Relations (Books)

1,473 in Advertising (Books)

1,586 in Business Communication Skills



内容简介：

这本畅销书由微软屡获殊荣的故事讲述者米里·罗德里格斯撰写，通过讲故事来触发驱动人类的情感，从而实现品牌忠诚度、消费者行为和参与度作为商业战略的核心这一目标。

尽管大家都了解基本的讲故事技巧，但有些品牌仍在继续解释他们的产品或服务如何帮助客户，而不是展示客户的生活如何因此而改变。《讲述品牌故事，第二版》向读者介绍了讲故事的新发展趋势，并扩展了故事体验和员工体验的内容。本书将探讨“后疫情时代”品牌故事讲述的未来。新版将增添“如何指导”部分的内容叙述，带领读者完成故事设计思维过程的每一步，以便制作他们的故事原型。

全书提供了一个分步指南来评估、删除、再重建品牌故事，将品牌从“无所不能的英雄”转变为“帮助你的伙伴”心态，并将他们的客户定位为“给受众带来关键影响的人”。本书阐明了为什么机器学习、人工智能和自动化只能说明故事的一面，本书将通过对比 Expedia、可口可乐、麦当劳、Adobe 和谷歌等全球知名品牌的前沿访谈和案例研究来激发你的灵感，以挖掘品牌忠诚度和品牌与客户的关系背后的故事。

作者简介：



米里·罗德里格斯 (Miri Rodriguez)，常驻佛罗里达州庞帕诺海滩，是一位屡获殊荣的全球知名故事讲述者、“微软未来工作”的高级故事讲述者。她是一位富有创造力的记者、内容策略师，也是品牌故事讲述、个人品牌和青年创业方面的著名主题演讲者和国际思想领袖。她在数字营销



和客户体验方面获得了多个奖项，并被评为全球领先行业会议的热门演讲者。她曾于 Adobe, Discover, Walmart 和 McKesson 等客户合作。

中文书名：《内容营销策略：利用品牌声音的力量》

英文书名： *Content Marketing Strategy: Harness the Power of Your Brand's Voice*

作者： Robert Rose

出版社： Kogan Page

代理公司： ANA/Leah

出版时间： 2023 年 9 月

代理地区： 中国大陆、台湾

页数： 248 页

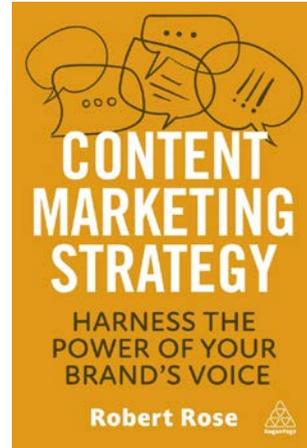
审读资料： 电子稿

类型： 经管

#1,086 in [Industrial Marketing \(Books\)](#)

#1,473 in [Business Communication](#)

#1,642 in [Global Marketing \(Books\)](#)



内容简介：

您知道如何将内容营销获得的关注转化为利润吗？通过有意义的内容营销策略，您可以实现！

通常情况下，商业模式会将企业的全部内容营销传达给消费者。内容营销是更广泛的营销策略中最重要的面向外部的部分之一，但大多数企业并没有采取战略方法。作为内容营销协会的首席战略顾问以及内容咨询的首席执行官兼首席战略官，罗伯特·罗斯在这本书中，帮助品牌通过内容营销方法进行转型，他向读者介绍了一种可扩展的、战略性的内容营销方法。

全书解释了顶级品牌正在采取哪些措施来简化其内容营销，以及营销策略师们如何扩展其方法以创造更广泛的业务成功。全书各个章节引导读者如何使得团队与营销和品牌专业人士合作，在内容营销时保持一致的语气，传达统一的信息，为内容策略设定有意义的目标，已确保其运行实施，并衡量结果。这本书包含了来自内容营销策划者的令人信服的举例，包括 Capital Group, Salesforce, Hilton Hotels 和 Adobe，提供了一种新的战略模型，将改变企业进行内容营销的方式。

作者简介：

罗伯特·罗斯 (Robert Rose) 是位于加利福尼亚州卡拉巴萨斯的国际公认的内容营销战略专家，也是内容营销协会 (CMI) 的首席战略顾问以及内容咨询的首席执行官兼首席战略官。他曾与麦当劳、SAP、NASA、希尔顿、CVS Health、惠而浦、Facebook、好事达保险、阿迪达斯、UPS 和比尔及梅琳达盖茨基金会等顶级企业合作。



中文书名：《有效商业决策：数据和对话带来战略影响，第2版》

英文书名：*Responsible Business Decision Making: Strategic Impact Through Data and Dialogue 2nd Edition*

作者：Annemieke Roobeek, Jacques de Swart and Myrthe van der Plas

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

出版时间：2023年8月

代理地区：中国大陆、台湾

页数：344页

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

过去，利润是大多数商业投资决策的驱动力。但现在，企业组织还需要实现影响目标。

全书为组织领导者如何做出明智且负责任商业决策提供了实用指南。它提供了一个框架，可以消除内部偏见，使道德价值观与业务目标保持一致，并借鉴各种案例研究。本书将回答以下问题：

- 对话和数据如何优化决策？
- 如何将 ESG 目标转化为具体的可管理行动？
- 哪些决策最适合组织的战略目标？

全新版本将更加关注对话和数据驱动的决策，并对 ESG、可持续发展目标（SDG）、数字化转型和“甜甜圈经济学”进行全新深度剖析。读者将受益于诸多新添加的国际案例，涵盖 ESG 投资、可持续发展目标影响衡量和可持续发展转型等主题。

作者简介：

安妮米克·鲁贝克（Annemieke Roobeek）是尼恩罗德商业大学（荷兰）战略与转型管理教授，阿姆斯特丹大学前教授，MeetingMoreMinds 和 GrwNxt 首席执行官。她是国际运营公司和政府咨询委员会的经验丰富的非执行董事。

雅克·德·斯沃特（Jacques de Swart）是普华永道的合伙人，负责数据分析部门，也是尼恩罗德商业大学应用数学教授。

米尔特·范德普拉斯（Myrthe van der Plas）负责荷兰普华永道咨询公司公共部门的数据分析小组。她是 Lakisama 基金会的创始人，并入围了 2022 年荷兰联合国可持续发展目标先锋计划。她还在多所大学讲授战略决策课程。她常驻荷兰阿姆斯特丹。



中文书名：《B2B 客户体验：提供卓越的客户体验实用指南，第二版》

英文书名：B2B CUSTOMER EXPERIENCE: A PRACTICAL GUIDE TO DELIVERING EXCEPTIONAL CX 2ND EDITION

作者：Paul Hague and Nicholas Hague

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

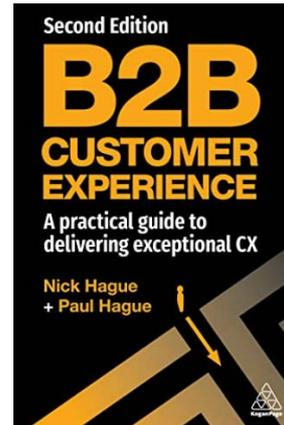
页数：288 页

出版时间：2023 年 5 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

本版新内容：建立有效客户体验计划的新技巧和策略，以及如何使用人工智能提供卓越客户体验的专家指导和新的案例研究。

使用这本畅销实用指南指导你如何为现代 B2B 消费者创造卓越的客户体验。新版中探讨了人工智能、IT 在客户体验和客户关系管理中的作用等关键主题。

《B2B 客户体验》向读者展示了如何在企业对企业行业中提供最佳的客户体验。书中的方法非常实用，分为五个部分，引导读者完成规划、绘制、构建、实施和控制有效客户体验的全过程，所有这些都是为 B2B 环境定制的。

新修订的版本将提供新的案例研究，展示什么是好的或坏的客户体验，并提供新的方法和策略，以帮助制定有效的客户体验计划。这个新版本旨在指导读者如何成功地将人工智能纳入他们的策略，同时仍然提供良好的客户体验。

书中还讨论了 Zappos, Nordstrom 和 John Lewis 等公司以消费者为中心的客户体验的一些最著名的示例，《B2B 客户体验》是在 B2B 环境中工作的营销专业人员的必备文本。

作者简介：

尼克·海格 (Nick Hague) 常驻英国曼彻斯特，是 B2B International 的联合创始人兼发展主管。他在 B2B 市场调研的所有行业领域都有超过 25 年的工作经验。他主持 B2B Insights 播客，定期采访 B2B 营销、客户体验和品牌方面的专家。

保罗·海格 (Paul Hague) 常驻英国曼彻斯特，是 B2B International 的联合创始人。他在经营一家成功的市场研究机构方面拥有近 50 年的实践经验，著有《实践中的市场研究》(Market Research in Practice 5e) 和《商业模式手册》(The Business Model Handbook) (也由 Kogan Page 出版)。



中文书名：《金融领域的大型科技公司：如何在区块链、数字货币和元宇宙时代获胜》

英文书名：BIG TECH IN FINANCE: HOW TO PREVAIL
IN THE AGE OF BLOCKCHAIN, DIGITAL
CURRENCIES, AND THE METAVERSE

作者：Igor Pejic

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

页数：256 页

出版时间：2023 年 5 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

随着大型科技公司利用区块链在金融领域取得突破，金融参与者必须了解其后果以及如何捍卫其竞争优势。

《金融领域的大型科技公司》对大型科技公司在加密经济中的统治地位、其影响以及金融业如何反击提供了最前沿的视角。本书分析了大型科技公司进军银行业背后的动机，并揭示了使用区块链、技术接口、基础设施和投资区块链独角兽背后的策略。然后，书中回顾了金融组织如何应对这些威胁，政府和银行推动自己的战略和集中区块链的使用。

《金融领域的大型科技公司》深入探讨了大型科技公司、大型银行、初创企业和监管机构之间的斗争，分析了哪些参与者最有可能取得成功。它探索了正在发挥作用的关键工具，如智能合约、数字央行货币、去中心化自治组织（DAO）和元宇宙。本书还揭示了支撑权力斗争的地缘政治层面及其对该行业的影响。本书由一位国际公认的区块链专家撰写，通过对创始人、投资者、监管机构、银行家和区块链专家的深入采访，提供了有价值的内幕见解。它是金融和金融科技专业人士、银行家和投资者以及任何对金融科技发展感兴趣的人的必读之作。

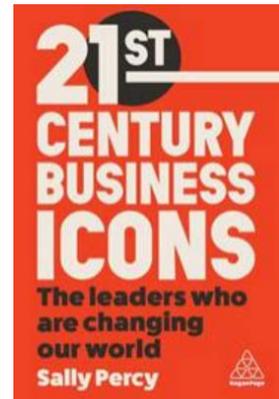
作者简介：



伊戈尔·佩吉 (Igor Pejic) 是银行和金融领域技术驱动变革的领先专家。他曾在银行业担任多个管理职位，现任职于欧洲最大的银行集团之一。佩吉是一位国际主题演讲者和专家小组成员，因其在区块链方面的工作被麦肯锡和英国《金融时报》评选为 Bracken Bower 奖的三位入围者之一。他是《区块链巴别塔》(Blockchain Babel) 的作者，该书也由 Kogan Page 出版，获得了 2020 年独立新闻奖，并被英国《金融时报》评为本月最佳图书。



中文书名：《21 世纪商业偶像：改变世界的领导者》
英文书名：21ST CENTURY BUSINESS ICONS: THE LEADERS WHO ARE CHANGING OUR WORLD
作者：Sally Percy
出版社：Kogan Page
代理公司：ANA/Leah
页数：240 页
出版时间：2023 年 9 月
代理地区：中国大陆
审读资料：电子稿
类型：经管



内容简介：

从杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）的巨大成功到神秘天才中本聪（Satoshi Nakamoto），《21 世纪商业偶像》讲述了世界上一些最具创新精神的商业领袖背后精彩的成功故事。

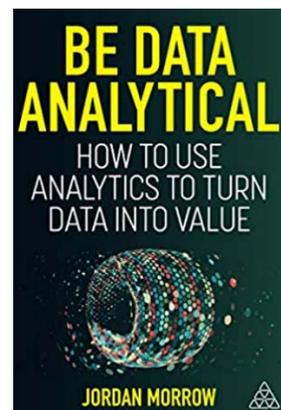
每一次成功背后都有一个独特的故事，那就是一个人把他的野心变成了现实。他们通过创新、决心和信心战胜了竞争。书中揭示了这些人物背后的故事。尽管他们可能会引起分歧、争议或两极分化，但每个人物都为商业和社会提供了极具价值的见解。

本书从加利福尼亚延伸到东京，涵盖技术，零售，银行和社交媒体等领域，揭示了全球成功背后的秘密。了解惠特尼·沃尔夫·赫德（Whitney Wolfe Herd）如何重塑约会行业，以及吉米·唐纳森（Jimmy Donaldson）如何建立了 YouTube 商业帝国。《21 世纪商业偶像》是对重新定义 21 世纪的企业家、影响者和先驱的一次引人入胜的探索。

作者简介：

莎莉·珀西（Sally Percy）是一位自由职业记者、编辑和作家，专长于商业和金融行业。她是领导力与管理学院官方杂志《Edge》的编辑，也是《福布斯》的撰稿人。她经常在电台露面，并为多家出版物撰稿，包括《每日电讯报》、《泰晤士报》、《会计与商业》、《世界首席财务官》、《今日经济》和《金融风险》。

中文书名：《数据分析：如何通过分析将数据转化为价值》
英文书名：BE DATA ANALYTICAL: HOW TO USE ANALYTICS TO TURN DATA INTO VALUE
作者：Jordan Morrow
出版社：Kogan Page
代理公司：ANA/Leah
页数：272 页





出版时间：2023年5月
代理地区：中国大陆
审读资料：电子稿
类 型：经管

内容简介：

《数据分析》帮助组织和个人了解如何真正通过分析将数据转化为有价值的见解，以此做出更明智的决策。

数据需要分析才能将其转化为价值，而组织要真正以数据为驱动，就需要正确使用分析。然而，大多数组织并没有超越分析的第一个、最基本的阶段。他们错过了所有四个层次的分析所提供的强大见解和机会：描述性、诊断性、预测性和规范性。《数据分析》揭示了如何通过所有四个分析级别提升数据价值，让数据栩栩如生并增强数据驱动型决策。

《数据分析》深入检查这四个级别的分析：它们是什么，它们为何重要，如何战略性地使用以及如何实施。本书还探讨了个人和组织如何提高他们在这些领域的技能和绩效。这本书由数据素养领域的全球开拓者撰写，向专业人士、管理者、领导者和组织展示了如何使用分析将数据成功地战略性地转化为价值、洞察力和行动。

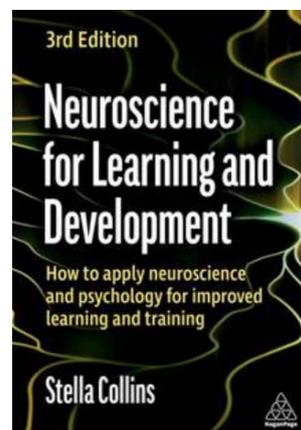
作者简介：



乔丹·莫罗（Jordan Morrow）是 BrainStorm 的副总裁兼数据和分析主管。他曾担任数据素养项目咨询委员会主席，目前担任 INFORMS 分析认证委员会成员。他帮助包括联合国在内的世界各地的组织建立和理解数据素养。他常驻犹他州的盐湖城，著有《数据素养》和《数据驱动》（*Be Data Literated and Be Data Driven*）。

中文书名：《神经科学促进学习与发展：如何运用神经学和心理学改进学习和培训，第三版》
英文书名：NEUROSCIENCE FOR LEARNING AND DEVELOPMENT: HOW TO APPLY NEUROSCIENCE AND PSYCHOLOGY FOR IMPROVED LEARNING AND TRAINING, 3rd EDITION

作 者：Stella Collins
出 版 社：Kogan Page
代理公司：ANA/Leah
页 数：304 页
出版时间：2023年6月
代理地区：中国大陆
审读资料：电子稿
类 型：职场励志





内容简介：

《神经科学促进学习和发展》为学习与发展（L&D）专业人员提供工具和想法，以设计和提供有效的方法，了解大脑如何处理信息。

本书运用最新的研究和概念，涵盖了动机、习惯以及睡眠和学习之间的联系等领域。它展示了如何创建有效的学习环境，并通过故事使学习更“有趣”。实用工具和指导可以应用于不同的环境，如数字学习、面对面培训、讲座和演示。

第三版包含了关于创建自主学习文化的新章节。它解释了学习与发展专业人员可以用来鼓励和支持员工在工作中学习的策略、工具和技术。本书是一本不可或缺的书籍，旨在创造和维护有益于人们和组织学习的工作场所，其中包括在 Humanitarian Leadership Academy, Simply Learning UK 和 Open University 等组织中应用这些方法的 L&D 从业人员的见解。

作者简介：

斯特拉·柯林斯 (Stella Collins)，理学硕士，FITOL，是斯特拉实验室的联合创始人兼首席学习官。她和团队常驻比利时梅赫伦，务实地运用神经科学和心理学的原则，咨询、设计和构建注重实践的解决方案，并实现可衡量的投资回报率。20 多年来，她在学习与发展领域以有益于大脑的原则培训了数千名学习专业人士。

中文书名：《商业分析手册：业务改善技巧，第二版》

英文书名：THE BUSINESS ANALYSIS HANDBOOK :
TECHNIQUES TO DELIVER BETTER BUSINESS OUTCOMES,
2ND EDITION

作者：Helen Winter

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

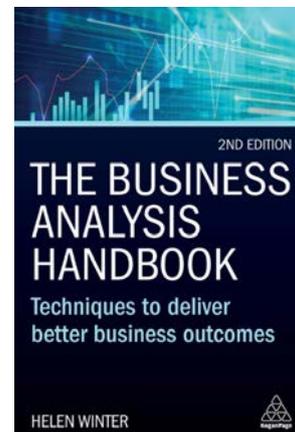
页数：296 页

出版时间：2023 年 6 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

《商业分析手册》入围了“商业书籍奖”，在为业务分析师角色提供实践指导方面具有突破性。第二版反映了该行业的关键发展和新的职业道路。



商业分析可帮助组织深入了解推动有效变革所需的解决方案。在数字化转型时代，这一角色比以往任何时候都更加重要。本书由专家撰写，提供了有关该行业技能和具体活动的实用建议，并概述了工具和技术，以及如何和何时应用这些工具和技术的指导方针。

第二版提供了更多关于远程工作和商业分析中不同职业道路的指导。读者还将从关于如何在组织中有效建立业务分析功能的新章节中受益，并辅以技能矩阵示例、培训策略和职业发展技巧。它还提供了敏捷性、可持续性和数字化转型等热点话题的示例。对于希望提升其技能和职业的业务分析师来说，这是一个不可或缺的指南。对于寻求在其组织内利用业务分析功能的价值的企业领导人来说，这也是非常宝贵的。

作者简介：

海伦·温特（Helen Winter）拥有超过 20 年的商业分析经验，曾在金融服务，监管，保险和公用事业部门担任过大规模转型项目的顾问。她是 IIBA（国际商业分析研究所）的积极志愿者，也是在线杂志 *Business Bullet* 的创始人，旨在促进商业分析并为专业人士提供指导。她常驻英国胡弗汉顿。

中文书名：《敏捷转型：数字时代的结构，流程和思维模式，第二版》

英文书名：AGILE TRANSFORMATION: STRUCTURES, PROCESSES AND MINDSETS FOR THE DIGITAL AGE 2ND EDITION

作者：Neil Perkin

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

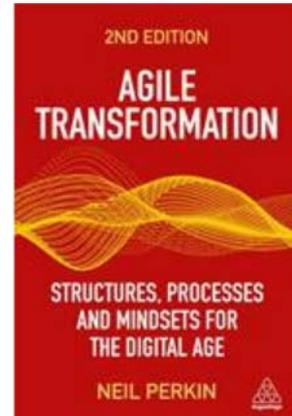
页数：272 页

出版时间：2023 年 3 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

本版新增内容：关于数据驱动决策的最新内容，以及将其置于思维模式变化和转型中心的重要性；关于敏捷结构、文化和领导力的扩展材料；新的和更新的案例研究，以显示现有的大型组织是如何做出改变的。

企业领导者和组织开发专业人员如何帮助公司在数字时代取得成功？使用第二版《敏捷转型》提高业务绩效。



这本新版本包含了大量实用建议，更新了数据驱动决策，并强调了将其置于思维模式变化和转型的中心，以增强团队决策能力的重要性。除了案例研究的更新，还提供了有关敏捷结构的扩展材料，包括团队协调，发展敏捷文化和领导力。

《敏捷转型》涵盖了业务转型的各个方面，包括为什么需要新的运营模式、如何大规模应用敏捷原则、利用数字原生流程以及为什么变革管理者需要眼高手也高。它还探讨了如何构建和吸引高绩效团队进行变革，如何应对员工的思维模式，这些思维模式可能会阻碍敏捷性的采用，以及为什么开发敏捷业务不是计划失败的原因。本书以亚马逊，Netflix 和 Vodafone 等组织的案例研究为特色，对于想要在新的工作环境中有效竞争的企业而言，这是至关重要的阅读书目。

作者简介：



尼尔·珀金 (Neil Perkin) 是 Only Dead Fish 的创始人，这是一家专注于数字化战略，转型和敏捷性的咨询公司。他常驻英国奇切斯特，经常进行会议演讲，为谷歌英国策划每季度系列的 Firestarters 思想领袖活动，并被英国互动媒体协会 (BIMA) 评为英国数字行业最具影响力的人物之一。他也是《敏捷营销》(Agile Marketing) 的作者和《通过数字化转型构建敏捷企业》(Building The Agile Business Through Digital Transformation) 的合著者，这两本书都由 Kogan Page 出版。

中文书名：《深度人才：如何通过人工智能实现组织转型并赋予员工权利》

英文书名：DEEP TALENT: HOW TO TRANSFORM YOUR ORGANIZATION AND EMPOWER YOUR EMPLOYEES THROUGH AI

作者：Alexandra Levit ,Ashutosh Garg and Kamal Ahluwalia

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

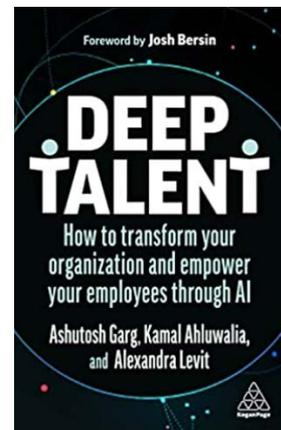
页数：288 页

出版时间：2023 年 2 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

找到合适员工的秘诀是什么？如何确保现有员工在公司成长和发展？《深度人才》回答了这些以及更多问题，它展示了人工智能平台如何帮助公司积极转型业务。

每个成功的企业都依赖于有效的公司文化，员工有动力，高效且知识渊博。因此，领导者必须尽一切努力雇佣、培养和留住推动公司成长的人才，并帮助他们认识到自己的技能、能力和潜力。《深度人才》提供了企业领导者都可以采用的战略和方法，以重振其员工队伍。它突出了人才智能平台日益重要的意义，与人类本能相结合时，可以简化和增强业务实践。



职场文化的转变为雄心勃勃的商业领袖提供了巨大的机会，他们希望改善企业文化，并在竞争中领先。凭借引人入胜的案例研究和第一手研究，《深度人才》为支持员工和充分发人工智能潜力提供了明确的策略。了解最前沿的方法，重振员工的热情和生产力，并将最优秀的人才吸引到企业中。

作者简介：



亚历山德拉·莱维特 (Alexandra Levit) 是一名员工顾问和未来专家。她还是《华尔街日报》专栏作家和《人文工程》 (*Humanity Works*) 的作者。亚历山德拉为包括美国政府在内的各种组织提供咨询，并在五大洲数百家组织中发表过讲话。

阿舒托什·加格 (Ashutosh Garg) 是 Eightfold 的 CEO 兼创始人，也是《The Brand called You》播客的主持人。

卡迈勒·阿鲁瓦利亚 (Kamal Ahluwalia) 是作家，人工智能专家和 Eightfold 的总裁。

中文书名：《商业英语高效写作：优质专业沟通指南（第四版）》

英文书名：**HOW TO WRITE EFFECTIVE BUSINESS ENGLISH: YOUR GUIDE TO EXCELLENT PROFESSIONAL COMMUNICATION, 4TH EDITION**

作者：**Fiona Talbot**

出版社：**Kogan Page**

代理公司：**ANA/Leah**

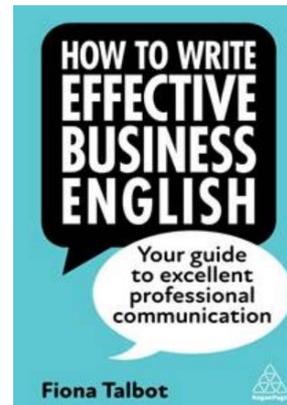
页数：**160 页**

出版时间：**2023 年 5 月**

代理地区：**中国大陆**

审读资料：**电子稿**

类型：**阅读与写作/经管**



内容简介：

通过《商业英语高效写作》，在整个业务过程中改掉坏习惯，改进电子邮件，改善书面沟通。一本简单易懂的指南，介绍如何自信地书写，无论英语是否是母语。

本新版本增添了关于跨学科写作、国际写作以及社交媒体对职场沟通的影响的新章节，使你能够与同事和客户之间的交流清晰，易懂。

不仅适合那些希望提高技能和建立信心的个人，也适合那些通信至关重要的跨国公司。无论你是英语流利还是仍在学习，所有演讲者都可以消除存在常见误解的地方，并将这些技能带入职场。



菲奥娜·塔尔博特通过使用欧莱雅(L'Oréal)、Loft Furniture 和八达通能源(Octopus Energy)的案例研究,介绍了如何将散文格式化,以迎合商界的需要,展示英语在国际商业中的使用方式,并教你如何应对不同的情况,同时不断进步。在所有平台上以清晰的方式表达自己的业务,并通过影响力传达信息。

作者简介:



菲奥娜·塔尔博特 (Fiona Talbot) 是一位国际知名的商业写作作家。她在英国及全世界工作,就如何在当今的数字化全球经济中为英语是母语和非母语的人提供卓越的书面企业通信提供培训和建议。她曾在《星期日时报》,《爱尔兰时报》,《新闻协会》,《会计技术员》和《人事管理》等主要出版物上发表过专题报道。她著有《改进国际商业英语》(*Improve Your Global Business English*),《以书面英语发挥影响力》(*Make an Impact with Your Written English*)和《经理人的行政写作技巧》(*Executive Writing Skills for Managers*),均由Kogan Page出版。

中文书名:《如何学习:设计教育和培训以提高绩效》第二版

英文书名: **HOW PEOPLE LEARN: DESIGNING EDUCATION AND TRAINING THAT WORKS TO IMPROVE PERFORMANCE**

作者: **Nick Shackleton-Jones**

出版社: **Kogan Page**

代理公司: **ANA/Leah**

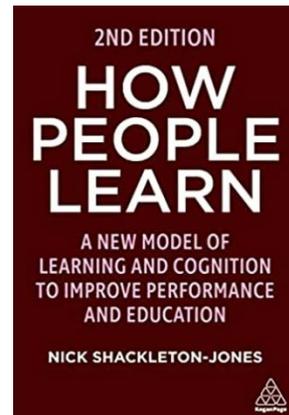
页数: **264 页**

出版时间: **2023 年 1 月**

代理地区: **中国大陆**

审读资料: **电子稿**

类型: **经管**



内容简介:

我如何设计培训,使其对员工的技能和发展产生真正的影响?这本书为 L&D 专业人士提供了建立有效学习经验所需的一切。

《如何学习》通过探索我们学习时会发生什么,为 L&D 专业人士提供了一种新的学习方式。它展示了如何将神经科学、人类行为和人工智能(AI)的见解应用于学习设计,包括如何让员工对培训感兴趣和参与培训的技巧。使用作者的“5Di 模型”,本书演示了如何定义、设计和部署培训到现有的工作流程中,以便它适用于员工。它还探讨了如何使用模拟测试来尽可能地复制现实世界的挑战。

第二版介绍了在混合世界中学习的新材料,以及在工作、工作场所和员工发生变化的情况下如何管理技能发展和绩效。它包括关于以用户为中心设计课程的实用指导,涵盖学习和认知之间联系的发展,以及来自英国石油公司(BP)和英国广播公司(BBC)等案例研究和例子。



作者简介:

尼克·沙克尔顿-琼斯 (Nick Shackleton-Jones) 是 PA 咨询集团的学习和绩效创新总监, 他帮助企业通过学习方法提高员工绩效和敬业度。在此之前, 他曾担任 BP 的学习创新和技术总监, 并在西门子通信和 BBC 的 L&D 部门担任高管。2017 年, 他被学习与绩效研究所授予科林·嘉德奖, 以表彰他对学习行业的服务。

中文书名: 《营销分析: 利用数据技术提高消费者洞察力的实用指南 (第三版)》

英文书名: **MARKETING ANALYTICS: A PRACTICAL GUIDE TO IMPROVING CONSUMER INSIGHTS USING DATA TECHNIQUES 3RD EDITION**

作者: Mike Grigsby

出版社: Kogan Page

代理公司: ANA/Leah

页数: 256 页

出版时间: 2022 年 12 月

代理地区: 中国大陆

审读资料: 电子稿

类型: 经管

版权已授: 波兰、中文繁体字版已授权



内容简介:

谁最有可能购买, 什么是定位他们的最佳方式? 如何利用消费者分析和建模来提高营销活动的影响? 营销分析带你逐步了解这些领域, 以及更多。

营销分析使你能够利用预测技术来衡量和改善营销业绩。通过探索现实世界的营销挑战, 它提供了清晰的、不含专业术语的解释, 说明如何针对每个目的, 应用不同的分析模型。从有针对性的名单创建和数据细分, 到测试活动效果、定价结构和需求预测, 本书包含全面的资源, 说明如何使统计、消费者分析和建模发挥最佳用途。

这本经过修订和更新的第三版《营销分析》包含关于预测、客户接触点建模的新材料, 以及对客户忠诚度的新关注。通过通俗易懂的语言, 它对方法论进行了, 以确保任何级别都可以理解和应用数据及分析的更复杂方面。在关键术语词汇表和辅助资源 (数据集、章节演示幻灯片和自我测试题库) 的支持下, 本书为优化营销分析提供了坚实的基础, 助力于日常业务发展。

作者简介:

迈克·格里斯比 (Mike Grigsby), 常驻佛罗里达州奥兰多市, 在营销分析领域有超过 30 年的经验。他曾在布莱尔利及合伙人公司 (Brierley and Partners) 担任客户洞察和高级分析副



总裁，在“目标库”公司（Targetbase）担任战略业务分析和高级分析副总裁，还曾在惠普（Hewlett-Packard）和盖普（Gap）担任领导职务。他曾是德克萨斯大学达拉斯分校的兼职教授，在研究生和本科生阶段教授分析学。他是《高级客户分析》（Advanced Customer Analytics）的作者，也由科根图书（Kogan Page）出版。

中文书名：《社交销售：影响买家和变革者的技巧，第2版》

英文书名：SOCIAL SELLING: TECHNIQUES TO INFLUENCE BUYERS AND CHANGEMAKERS 2ND EDITION

作者：Timothy Hughes

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

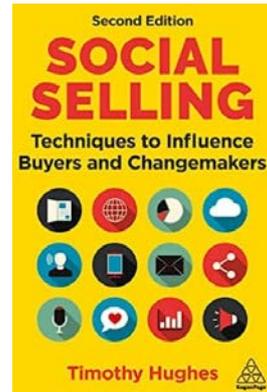
页数：240 页

出版时间：2022 年 11 月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

通过这本畅销书了解如何赢得现代买家并与其互动。《社交销售》概述了如何实施社交销售策略并通过社交网络推动收入，获得竞争优势和市场份额。

《社交销售》是一个实用的分步蓝图，它介绍了如何创建数字社区以及如何建立关系并转化为在线销售。它以提供具有实用指导性的清单、建议和示例为特色，涵盖了一些重要主题，例如如何在不信任的时候有目的地建立网络和社交媒体信任，以及如何在你的领域发展真正的影响力和权威。

《社交销售》第二版现已修订，囊括了行业的最新变化和发展。同时还包括新的导言，两个新章节，分别介绍如何定义数字业务以及销售和市场营销的未来，以及主要行业专家的新案例研究。本书由社交销售领域的思想领袖和著名从业人员蒂莫西·休斯撰写，是销售专业人士，数字销售主管和希望在企业中发挥社交销售力量的社交媒体高管的必备读物。

作者简介：



蒂莫西·休斯（Timothy Hughes）常驻英国伦敦，是全球社交销售公司 DLA Ignite 的联合创始人和首席执行官。2021 年，他被领英列为全球八大销售专家之一，被 Analytica 评为社交销售领域最具影响力的人士之一。作为公认的社交销售先锋和倡导者，休斯已为许多企业提供建议并帮助其实现社交销售和网红营销目标。他是《销售营销》（Smarter Marketing）的合著者，本书也由 Kogan Page 出版。



中文书名：《员工体验：培养一支快乐、高效、有支持的员工队伍，实现卓越的个人和业务绩效，第2版》

英文书名：EMPLOYEE EXPERIENCE: DEVELOP A HAPPY, PRODUCTIVE AND SUPPORTED WORKFORCE FOR EXCEPTIONAL INDIVIDUAL AND BUSINESS PERFORMANCE 2ND EDITION

作者：Ben Whitter

出版社：Kogan Page

代理公司：ANA/Leah

页数：208页

出版时间：2022年11月

代理地区：中国大陆

审读资料：电子稿

类型：经管



内容简介：

在压力不断增加，不断变化的世界中，支持和培养员工从未如此困难。《员工体验》是改善工作体验的重要资源。

为了培养绩效一流的员工，人力资源的专业人员需要超越临时的敬业度计划，而是在整个组织的流程和文化中设计和嵌入员工体验 - 从员工看到招聘启事的那一刻起，到离开公司的那一刻。《员工体验》包括指导如何在人力资源团队中建立体验能力，沟通、维持和发展员工体验，以及使用网络、推送和技术。

第二版重点介绍了全球最常见的挑战以及员工体验的整体方法如何解决这些挑战的循证研究。书中包括更新过的覆盖面广的问题，以帮助将人员及其经验置于组织和新案例研究的核心。本书包含了工具、技巧和建议，展示了关注员工体验如何提高绩效、生产力和利润，以及任何规模的组织如何取得成功。

作者简介：



本·惠特 (Ben Whitter) 是 HEX Organization 的 CEO 兼世界员工体验协会(WEEI)的创始人。本·惠特凭借其引人注目的前研究成果，被 Thinkers50 评为 2021 全球顶级管理思想家之一。他以在全球范围内开拓和推广员工体验理念而闻名。他常驻英国伦敦，但在全球范围内开展业务，他通过热门主题演讲，咨询服务，辅导，以及和全球 HEX 从业者计划分享自己的工作研究成果。