

[Download free ebook] Kunden machen, was sie wollen: Lead Management im Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb

Kunden machen, was sie wollen: Lead Management im Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb

Von Reinhard Janning
*ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #507987 in BcherVerffentlicht am: 2012-03-06Abmessungen: 8.78 x .87b x 5.551, Einband: Gebundene Ausgabe200 Seiten | File size: 46.Mb

Von Reinhard Janning : Kunden machen, was sie wollen: Lead Management im Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all

praised Kunden machen, was sie wollen: Lead Management im Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb:

Kurzbeschreibung Nicht nur Privatpersonen, sondern auch Unternehmen fllen Kaufentscheidungen erst nach ausführlichen Internetrecherchen und zu einem Zeitpunkt, den sie selbst bestimmen. Wenn Unternehmen erfolgreich wachsen wollen, mssen sie deshalb Wege finden, Kaufinteressenten mglichst frh online zu identifizieren und ihnen genau die Informationen zu liefern, die sie fr eine Entscheidung brauchen. Dies gelingt nur, indem Marketing und Vertrieb die bislang in den meisten Unternehmen eher nebeneinander als miteinander arbeiten eng kooperieren: Das Marketing hat nicht mehr nur die Aufgabe, die Interessenten anzusprechen, sondern es muss auch den Vertrieb bei der Identifizierung von potenziellen Kufern untersttzen. Der Vertrieb muss also gemeinsam mit dem Marketing vereinbaren, welche Informationen er ber die Kufer braucht und vor allem wann das Marketing die Daten ber den Interessenten liefern soll.ber den Autor und weitere Mitwirkende Reinhard Janning: Reinhard Janning hat mehr als 25 Jahre Erfahrung im Vertrieb und Marketing von erklrungsbedrftigen Investitionsgtern. Er ist Mitgrnder und Vorstand der DemandGen AG, die B2B-Unternehmen darin untersttzt, Marketing-Automation- und Lead-Management-Systeme zu implementieren. Kunden bei der Definition und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsprozessen zu beraten, geht heute zur Kernaufgabe seines Teams. Seit Jahren gibt er sein Wissen zudem in Vortrgen, auf Kongressen und in Webcasts weiter.