

20.10.2014 - 11:57 Uhr

Lernen von den Besten: So funktioniert erfolgsorientiertes B2B-Marketing / Neuerscheinung: Reality Bites - Best Practices & Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing

Düsseldorf/Wien/Zürich (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Wie erfolgreiches B2B-Marketing funktioniert, lernt man am besten aus der Praxis. Die Autoren der Neuerscheinung "Reality Bites" sind Mitglieder des Marketing Benchmark Circles (MBC), einem Netzwerk von Marketingverantwortlichen aus der IT- und Unternehmensberater-Branche. Sie bieten tiefe Einblicke in ihre Best-Practice-Fälle. Die Leser profitieren von geballtem Know-how und einer Sammlung an Expertenwissen, die es in dieser Form noch nicht gab.

Wie funktioniert Branding, welchen Beitrag liefert das Marketing zur Unternehmensentwicklung und wie werden aus Mitarbeitern Markenbotschafter? Ein weiteres Beispiel aus dem Buch ist die neue Employer Branding-Strategie bei einer Unternehmensberatung. "Als A.T. Kearney 2012 seine Employer-Branding-Initiative startete, mit dem Ziel, sich vom Wettbewerb besser abzugrenzen und stärker aufzufallen, wollten wir nicht nur die gewünschten Talente richtig ansprechen, sondern auch langfristig unsere Mitarbeiter zu selbstbewussten Markenbotschaftern machen", erklärt Thomas Becker, Dir. Marketing & Communications bei A.T. Kearney, seine Aufgabe.

Dieser und anderer Fragen gehen die Autoren, allesamt gestandene Marketingexperten mit über 15-jähriger Erfahrung in den Top-Unternehmen der IT-Branche, klar, schnörkellos und praxisorientiert nach. Auf theoretisches Beiwerk wird zu Gunsten möglichst direkter Übersetzbarkeit der Erfahrungen in die tägliche Berufspraxis weitgehend verzichtet. So entsteht durch anschaulich beschriebene Fälle aus der Praxis ein tiefer Einblick in den Erfahrungsschatz der Experten. Anwendungs- und Umsetzungsfehler können so vermieden und die Wirkung im eigenen Unternehmen nachhaltig gesteigert werden.

Die Liste der Unternehmen, die zu Worte kommen ist erstaunlich: Accenture, Adobe, A.T.Kearney, Capgemini, Cirquent, ESG, Eurofins MWG Operon, goetzpartners, HP, IBM, Microsoft, Salesforce, SAP, Spotlight, Steria Mummert Consulting und T-Systems. Auf 236 Seiten wird in Wort und Bild gezeigt, dass Marketing eine Wissenschaft für sich ist, deren Handwerker hier mit vielen Ideen und Strategie ihre Produkte und Services im Markt erfolgreich bewerben. Dadurch wird "Reality Bites" zum einem echten Arbeitsinstrument für Marketingverantwortliche auf jeder Stufe.

"Reality Bites" von den Herausgebern Sonja Sulzmaier und Thomas Siegner ab sofort für 39,95 Euro beim Haufe Verlag, im Buchhandel oder für 35,99 im Kindle-Shop.

Kontakt:

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Anfrage für
Bücherrezension.

Besten Dank und viel Grüße

Thomas Becker
Director Marketing & Comm.
A.T. Kearney GmbH
Taunusanlage 17
60325 Frankfurt
Germany

+49 2111 377 2533 Direct
+49 175 2659 533 Mobile
Thomas.achim.becker@atkearney.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100763150> abgerufen werden.