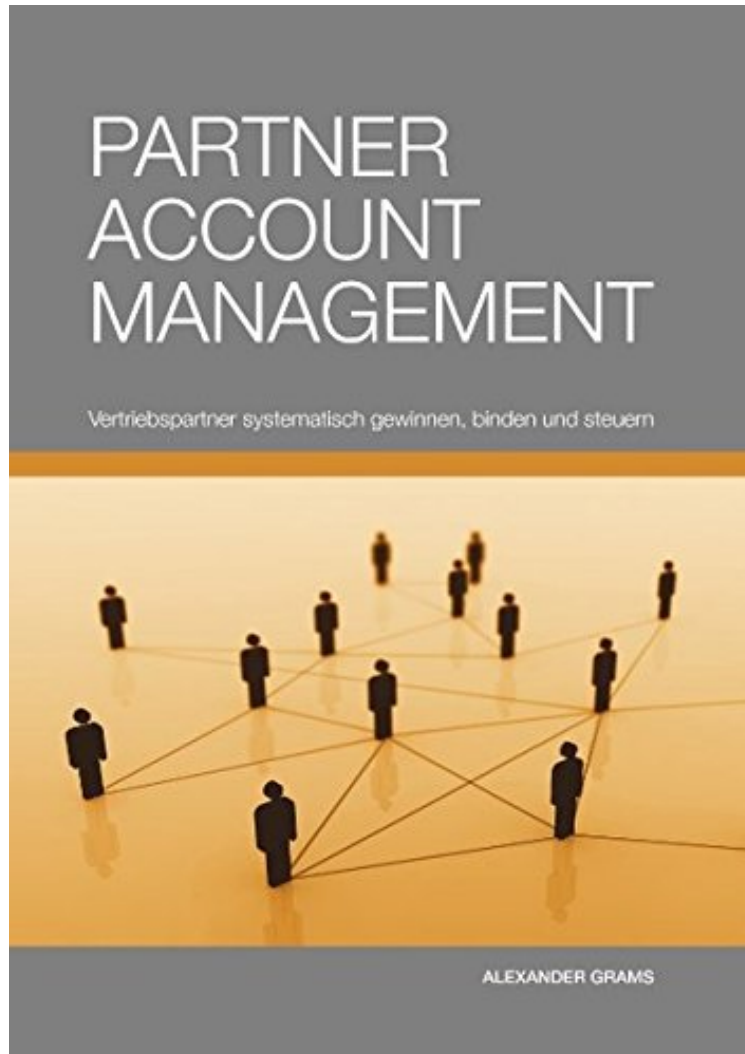


(Read download) Partner Account Management: Vertriebspartner systematisch gewinnen, binden und steuern

Partner Account Management: Vertriebspartner systematisch gewinnen, binden und steuern

Von Alexander Grams
audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #347240 in BcherVerffentlicht am: 2011-02-05Abmessungen: 8.58 x .79b x 6.02l, Einband: Gebundene Ausgabe192 Seiten | File size: 79.Mb

Von Alexander Grams : Partner Account Management: Vertriebspartner systematisch gewinnen, binden und steuern before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Partner Account Management: Vertriebspartner systematisch gewinnen, binden und steuern:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Auf so ein Buch habe ich schon lnger gewartetVon Mike LachnerIch arbeite schon seit vielen Jahren als Partner Account Manager bei einem Softwarehersteller und habe in dieser Zeit so manches Buch zum Thema Partnervertrieb/Channel Sales in die Finger bekommen. Allerdings hatten diese englischsprachigen Bcher immer einen wesentlichen Nachteil:

Wenn es zur operativen Umsetzung kam, blieben alle immer sehr oberflächlich. Hier ist das Buch "Partner Account Management" wirklich mal eine positive Überraschung. Auch wenn es nicht perfekt ist, so bleibt es für mich das einzige Buch, das sich praxisnah mit den Hauptaufgaben eines Partner Account Managers auseinandersetzt. Fazit: empfehlenswert. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Berufliches Standardwerk für den Erfolg im Partnermanagement Von ChBae Das Partnermanagement gewinnt in vielen Unternehmen an Gewicht, allerdings fehlt vielen Unternehmen das Wissen in diesem Bereich. Dieses Buch gibt einen guten Überblick und viele interessante Ansätze um das Channel Management bzw. Partnermanagement erfolgreich zu machen. Wie in allen Wirtschaftsbereichen ist ein Performance Management und die Auswahl der richtigen Partner ein Muss für den Erfolg. Dieses Buch hilft dabei die richtigen Strukturen zu schaffen. Der einzige Nachteil ist, dass dieses Buch sich stark auf die klassische IT bezieht. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein sehr guter Leitfaden für den Partnervertrieb Von Claudia_M Endlich mal ein Buch, das nicht für den Direktvertrieb geschrieben wurde, sondern für den Partnervertrieb! Es ist ein strukturierter Leitfaden für alle Partner Account Manager und Channel Sales Manager im indirekten B2B-Vertrieb, die ihre Arbeit systematisieren wollen. Als praxisorientiertes Nachschlagewerk wirklich zu empfehlen. Viele Anregungen konnte ich gleich in die Praxis übertragen ...

Kurzbeschreibung Im Kampf der Technologieanbieter um Umsatzanteile und Deckungsbeiträge werden leistungsstarke Vertriebspartner zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Sie gilt es zu gewinnen, zu binden und zu steuern! Eine besondere Rolle kommt dabei dem Partner Account Management zu, bei dem die differenzierte und individuelle Bearbeitung von geeigneten Vertriebspartnern im Vordergrund steht. Dazu müssen die Partnerbeziehungen systematisch analysiert, zielorientiert auf- und ausgebaut, partnerspezifisch gestaltet, gezielt gesteuert und auf hohem Niveau stabilisiert werden. Genau hier setzt das Buch an: nicht mit Theorie, sondern mit viel konkreter Hilfe für die Praxis. Es vermittelt, was die Kernaufgaben des Partner Account Managements sind und welche Werkzeuge dafür zur Verfügung stehen. Dabei unterstützen Sie vor allem die Checklisten, Lösungsansätze für typische Herausforderungen zu finden, um die Umsätze mit Ihren Vertriebspartnern durchschnittlich steigern zu können. **ber den Autor und weitere Mitwirkende** Alexander Grams: Alexander Grams studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität in Münster. Seine berufliche Laufbahn startete der Diplom-Volkswirt bei einem marktführenden Softwareunternehmen im indirekten Vertrieb. Nach über 12 Jahren Praxiserfahrung und leitenden Funktionen im indirekten Vertrieb von Informationstechnologie, gründete er im Jahr 2006 die insalcon gmbh. Vom Firmensitz in Dachau aus berät und unterstützt er Unternehmen aus der Technologiebranche beim Aufbau und der Optimierung indirekter Vertriebssysteme. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der systematischen Gewinnung, Bindung und Steuerung von Vertriebspartnern.