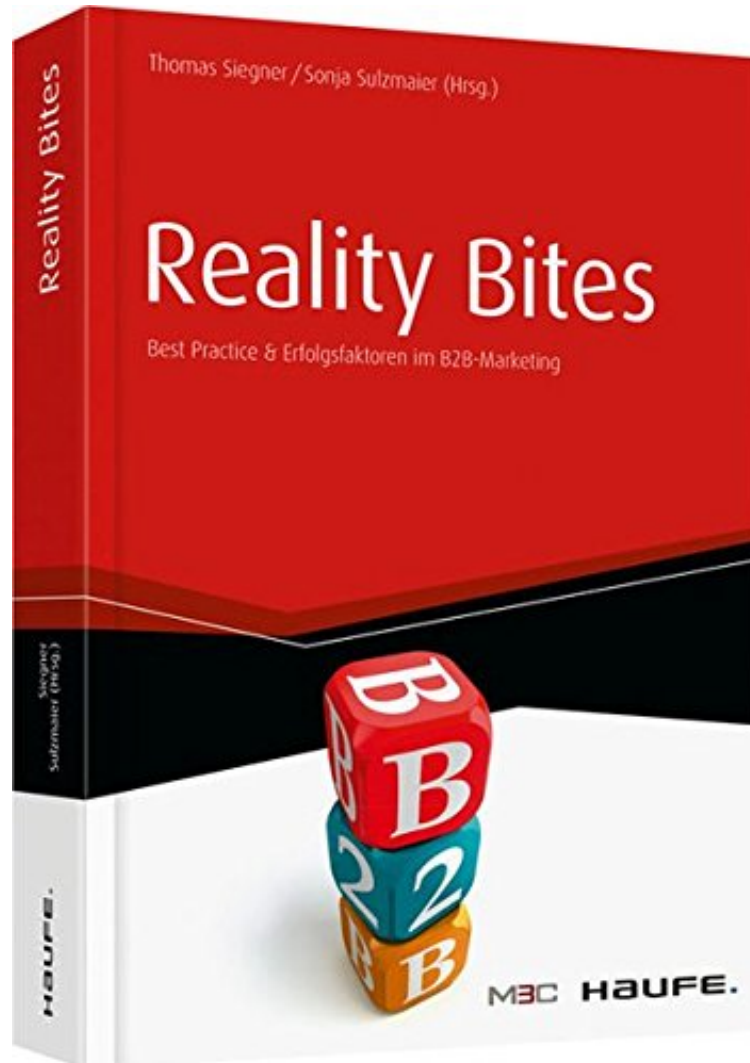


[Free and download] Reality Bites - Best Practices Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing (Haufe Fachbuch)

Reality Bites - Best Practices Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing (Haufe Fachbuch)

Von Thomas Siegner, Sonja Sulzmaier
ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation - Verkaufsrang: #504120 in BcherVerffentlicht am: 2014-08-19Abmessungen: 9.61 x .98b x 6.97l, Einband: Gebundene Ausgabe236 Seiten | File size: 23.Mb

Von Thomas Siegner, Sonja Sulzmaier : Reality Bites - Best Practices Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing (Haufe Fachbuch) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Reality Bites - Best Practices Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing (Haufe Fachbuch):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Praxisnhe purVon Philipp GPraxisnhe, leicht umsetzbare Tipps und verstdnliche Sprache, das nenne ich ein gutes und hilfreiches Buch. Ich als Marketing-Quereinsteiger konnte alle Argumentationen nachvollziehen, fhlte mich von den

knappen und klaren Hintergrundinfos gut abgeholt und erhielt in den meisten Kapiteln ein Kochrezept mit Anhaltspunkten, wie ich meine Arbeit verbessern kann. Zwei Besonderheiten kann ich noch hervorheben: Einerseits schafft das Buch die Quadratur des Kreises, nämlich viele verschiedene Autoren einzuladen, um über ihr eigenes Spezialgebiet zu schreiben und gleichzeitig ein Buch zu präsentieren, das aus einem Guss kommt. Und die Sprache ist klar und die Autoren wagen sich sogar zum Teil zu sprachlichen Bildern, die nicht ablenken, sondern eine Erinnerung an die Inhalte erleichtern. 3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. **B2B-Marketing mit Biss: Reality Bites** von Thomas A. Becker Kurz vorweg: dieses ist ein Buch von Profis für Profis, die noch was dazu lernen möchten. Auch wenn jeder glaubt, etwas von Marketing oder Werbung zu verstehen, die wenigsten können es wirklich. Gequatscht wird viel in den Unternehmen von heute, was dann gerne unter dem Stichwort "Kommunikation" luft, aber einen visionären Plan haben die wenigsten. Bei Reality Bites ergreifen ausgewiesene Fachleute das Wort. Alle stammen aus Professional Service Firms sprich Dienstleistungsunternehmen oder hatten dort einmal ihre Wurzeln. Das merkt man dem Werk an, das mit etlichen Praxisbeispielen punkten kann. Die Fülle an Best Practices und Erfolgsfaktoren im B2B Marketing beruht auf der Sammlung, die die Herausgeber Thomas Siegner und Sonja Sulzmaier zusammengestellt haben, ist imposant. Es werden immer konkrete Beispiele und Kampagnen gezeigt und erläutert wie sie entstanden sind. Mit Kapiteln, die sich der "M"-Alliteration bedienen, wird Appetit gemacht: z.B. Marketing und Macher, Marketing und Moral versus Moneten oder Marketing, Mythen und Märchen. Auch wenn es solche Fachbücher wie Sand am Meer gibt, das das Marketing Benchmark Circle, einem Netzwerk von Marketingverantwortlichen aus der B2B-Szene, gehört auf den Arbeitsplatz jedes Marketingverantwortlichen. Auch die Liste der Unternehmen, die zu Wort 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. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. **Marketingeinsichten von Profis für Profis - hoher Mehrwert!** Von Strategie Marketingbcher gibt es wie Sand am Meer. Doch dieses Buch war längst berflügelt. Es bietet Themen, die für jeden B2B-Marketingverantwortlichen von hohem Interesse sind, geschrieben von Autoren, denen man anmerkt, dass sie wirklich Verantwortung in Unternehmen tragen. Ob Marketing und Mehrwert, Marketing und Mitarbeiter oder Marketing und Mittelstand alle Themenbereiche sind ausgesprochen reizvoll und bieten auch dem professionellen Marketer einen wertvollen Nutzen. Die Beiträge sind auf den Punkt geschrieben, besonders gut strukturiert ist das Kapitel über Corporate Responsibility. Fünf Sterne sind allemal verdient!

Pressestimmen "B2B-Marketing: Modelle, Praxis und Erfahrung aus erster Hand In diesem Buch möchten wir Ihnen keine Worthäsen oder theoretische Konzepte zumuten. Vielmehr geht es um Empirie aus der alltäglichen Praxis engagierter Marketingverantwortlicher". Die Herausgeber Thomas Siegner und Sonja Sulzmaier lassen schon auf den ersten Seiten ihres Buches "Reality Bites" keinen Zweifel daran, dass sie Erfolgsmodelle aus der Praxis für die Praxis vorstellen wollen. Dafür haben sie Experten des Marketing Benchmarking Circle (MBC), eine Runde von IT-Marketing-Leitern, um kurze Aufsätze und Sachbeiträge gebeten. Erfolgsgeschichten und Beispiele aus dem Alltag der Marketers Das Ergebnis ist eine fundierte und sorgfältig ausgearbeitete Studie zu den wesentlichen Erfolgstreibern im B2B-Marketing. Mehr als ein Dutzend Marketers schildern aus ihrem Alltag die Anforderungen und Lösungsansätze, um Produkte zu platzieren und Kunden anzusprechen - von Marktanalysen über Budgetplanung, Markenbotschaftern bis hin zu den Fragen nach Moral und Nachhaltigkeit in der Werbung. Werbung für Internet- und Smartphone-Nutzer Einen Themenschwerpunkt bildet der Themenkomplex "Marketing im und für das Internet". Einsteiger bekommen hier einen guten Überblick zum passenden Kommunikationsmix im B2B-Segment und lernen die Grundzüge des "SEO-Marketings" sowie die Spielregeln des "Megatrend Mobile" kennen. **Management-Journal - Fazit: "Reality Bites" bietet einen sehr guten Einstieg in die relevanten Fragestellungen des B2B-Marketings - im Online-Business und darüber hinaus.** (Oliver Ibelshuser, www.Management-Journal.de) **Kurzbeschreibung B2B-Marketing in Wirklichkeit:** Dieses Buch bietet Inspiration und Anstoß zur Weiterentwicklung der eigenen Arbeit. Alle Beitragsautoren sind oder waren erfolgreiche Marketingleiter im Business-to-Business und gehören dem Marketing Benchmark Circle an. Profitieren Sie vom geballten Erfahrungsschatz der Marketing-Profis, die in zwölf Kapiteln die wirklich relevanten Themen des B2B-Marketings für Sie bündeln und zeigen, wie es funktioniert und worauf es ankommt. **Inhalte:** Mehrwert durch vertriebsorientiertes Marketing Unternehmenswert steigern durch Branding Mitarbeiter als Markenbotschafter Unternehmensentwicklung durch Marktanalyse, Portfoliomanagement, Open Innovation Budgetstrukturen im Wandel Medien- und ressortbergreifendes Management von Content B2B-Marketing im Mittelstand u.v.m. über den Autor und weitere Mitwirkende Nach einem Studium der Sozialwissenschaften verschlug es Thomas Siegner in die IT. Er war unter anderem bei NCR, Nixdorf, Digital Equipment und Dell. Zuletzt war er in der Geschäftsleitung von Softlab verantwortlich für Markenführung und Kommunikation. Thomas Siegner ist heute freier Berater für Unternehmensidentität. Sonja Sulzmaier verfügt über mehr als 20 Jahre Marketingerfahrung im High-Tech-

Umfeld. Seit 2013 ist sie Managing Partner der Navispace AG. Von 2003 bis 2013 leitete sie das Corporate Marketing der ESG GmbH, eines der führenden Systemintegrations- und Engineering-Dienstleistungsunternehmen in Deutschland. Von 2001 bis 2003 war sie bei der Boston Consulting Group als Beraterin in internationalen Projekten in der IT-, Energie- und Pharmabranche tätig. Zuvor lehrte sie als Dozentin für Strategisches Marketing und Online Marketing an der Universität Witten/Herdecke und der Universität der Künste, Berlin. Für ihre Dissertation über Airport Business Designs erhielt sie den Universitätspreis für die beste Promotion des Jahres 1999.