

SO ERREICHEN SIE IHRE UMSATZZIELE





EINFÜHRUNG

Auch in diesem Jahr werden die beherrschenden Trends Cloud, soziale Netzwerke, Mobilität, Data Science und das „Internet der Dinge“ (IoT) weiterhin den Vertrieb maßgeblich beeinflussen. Und da immer mehr Verbraucher mit mehreren Geräten extrem vernetzt sind, haben Vertriebsmitarbeiter immer mehr Möglichkeiten, um Leads und potenzielle Kunden unabhängig von ihrem Standort in Echtzeit anzusprechen.

Diese Trends bieten Vertriebsleitern und ihren Teams völlig neue Möglichkeiten. Wie können Vertriebsmitarbeiter im neuen Jahr intelligenter und effizienter Umsätze generieren?

In diesem E-Book lernen Sie, wie Sie mithilfe von neuen Vertriebs-Tools mehr Umsatz in diesem Geschäftsjahr erzielen. Da jeder Kunde eine eigene Denkweise und ein eigenes Kaufverhalten hat, müssen Vertriebsmitarbeiter Kunden gezielt ansprechen, um erfolgreich zu sein. Je früher Sie mit diesen Strategien anfangen, desto besser wird Ihr Jahr sein!

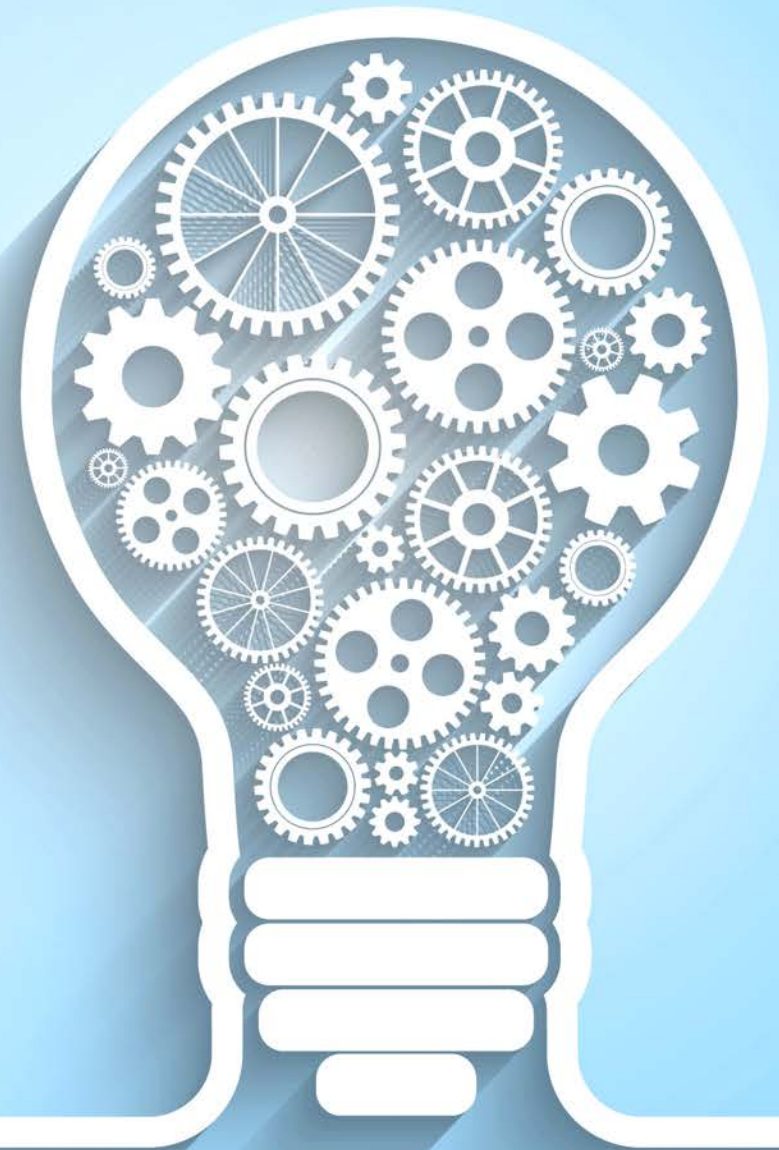
1

Stellen Sie den perfekten Plan auf

Das neue Jahr ist der perfekte Zeitpunkt für einen Neuanfang. Sie schreiben eine Liste Ihrer Vorsätze, stoßen mit einem Glas Champagner an und läuten die nächsten 365 Tage ein. Und was dann?

Aus Unternehmenssicht bietet das neue Jahr neue Perspektiven, Chancen und Wachstumsmöglichkeiten. Und aus Sicht des Vertriebs bedeutet das neue Jahr eine neue Chance, um einen Umsatzplan als Dreh- und Angelpunkt für das neue Geschäftsjahr aufzustellen.

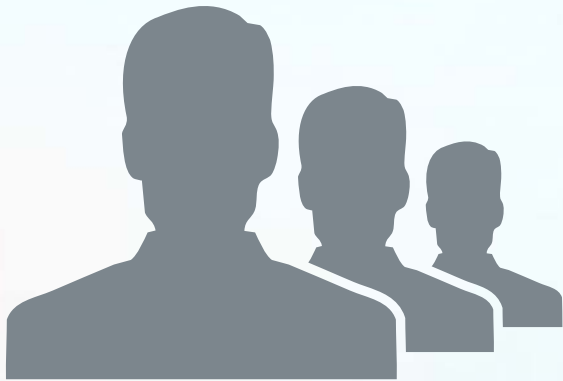
Unternehmen, die ein erfolgreiches Jahr haben möchten, beginnen schon am ersten Tag damit, Ihre Erfolgsstrategien umzusetzen. Es folgen einige Punkte, die Sie beachten sollten, während Sie Ihren Umsatzplan für dieses Jahr aufstellen.



Vertriebsleiter: Die perfekte Planung

Das ist Ihre Chance, um Ihre Vertriebsgebiete in einer logischen, flexiblen Struktur zu gestalten. Vielleicht haben Sie schon Ihre Vertriebsgebiete festgelegt, aber der Anfang des Jahres ist immer ein guter Zeitpunkt, um bestehende Gebiete eventuell zu verändern und bessere Ergebnisse zu erzielen.

Wenn Sie Ihre Vertriebsgebiete richtig planen, ist es einfach, die richtigen Mitarbeiter für die passende Region oder die passende Kundengruppe auszuwählen. So stellen Sie sicher, dass Sie alle Marktsegmente abdecken und Ihren Gesamtumsatz steigern.



Die folgenden fünf Punkte sollten Sie bei Ihrer Planung für das neue Jahr beachten:

- **Analysieren.** Wer sind Ihre Zielgruppen? Wie groß ist jedes Gebiet? Welche Kompetenzen hat Ihr aktuelles Vertriebsteam und wie können diese Kompetenzen am besten für Ihre Kunden eingesetzt werden? Die Antworten auf diese Fragen helfen Ihnen bei der Ressourcenplanung in Bezug auf Ihre Geschäftsziele konkrete Absatzziele.
 - **Realistische Verkaufsziele.** Wenn Sie sich einen Überblick über Ihre Ressourcen und Kunden verschafft haben, setzen Sie realistische Ziele für Ihr Vertriebsteam. Dabei sollte jeder die gleichen Chancen haben, die geplante Vertriebsprovision zu erreichen und Sie motivieren, diese noch zu maximieren.
 - **Gemeinsame Entscheidungsfindung.** Als Manager möchten Sie Ihrem Team keine Entscheidungen vorwegnehmen – stattdessen möchten Sie, dass jeder am Entscheidungsprozess teilhat. Definieren Sie gemeinsam Zielsetzungen, arbeiten Sie zusammen und erklären Sie, warum Sie genau diese Entscheidungen treffen.
 - **Zuweisen.** Jetzt müssen den definierten Gebieten Ressourcen zugewiesen und den entsprechenden Vertriebsmitarbeitern die richtigen Kunden zugeteilt werden. Sie möchten schließlich nicht, dass schlecht geplante Zuweisungs-Workflows Ihre harte Arbeit zunichte machen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Zuweisungsmodul die richtigen Regeln verwendet, von Rollen bis hin zu Stichtagen.
 - **Optimieren.** Das ist vielleicht der wichtigste Punkt in Ihrem Plan für das neue Jahr. Gebiete und Kundenanforderungen entwickeln sich ständig weiter, also muss Ihr Plan auch regelmäßig überprüft und optimiert werden. Richten Sie monatliche oder vierteljährliche Erinnerungen ein, um mit den niedrigsten Vertriebskosten die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.
- Sie müssen kein Großunternehmen sein, um mit diesen Richtlinien einen intelligenten Vertriebsplan aufzustellen. Salesforce kann Ihnen dabei helfen, das Beste aus Ihrem Vertriebsteam und Plan für das neue Geschäftsjahr herauszuholen. Mit einem CRM sparen Sie Zeit, denn Sie können Ihre Ressourcenzuweisung direkt im CRM ändern. Gleichzeitig stellen Sie so sicher, dass Ihre Entscheidungen immer auf den aktuellsten Informationen in Ihrem CRM basieren.

Checkliste für die Jahresplanung

- Legen Sie Ziele fest
- Lernen Sie Ihre Kunden kennen
- Planen Sie Ihre Ressourcen
- Sammeln und analysieren Sie Daten
- Skizzieren Sie wichtige Aufgaben
- Erstellen Sie eine „Don't Do“ Liste (mit den Dingen, die Sie nicht tun sollten)
- Informieren Sie Ihre Manager und Ihr Team über den Plan.
- Überprüfen und optimieren Sie den Plan anhand des Feedbacks

Vertriebsmitarbeiter: Die perfekte Planung

Bevor Sie im neuen Jahr zum Hörer greifen, Ihre erste E-Mail abschicken oder das Büro betreten, gehen Sie erst einen Schritt zurück. Sehen Sie sich das Gebiet, die Kundenbasis und die Vertriebsressourcen für das neue Geschäftsjahr an. Wieviel möchten Sie in diesem Jahr verkaufen und wie werden Sie dieses Ziel erreichen? Die folgenden Tipps sollten Sie für Ihre Umsatzplanung im Kopf behalten:

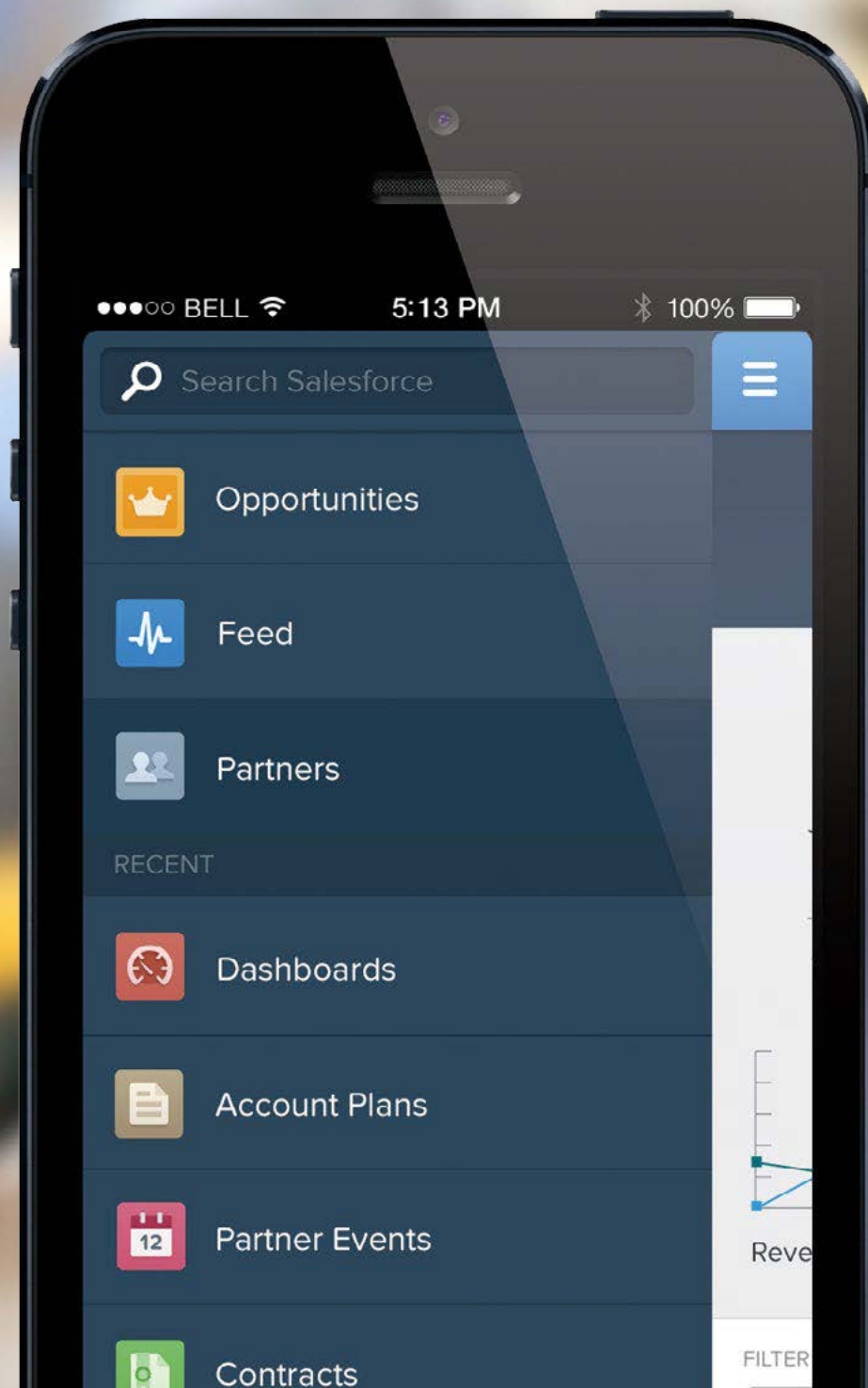
- **Legen Sie Ihre Ziele fest.** Es ist unmöglich, Ziele zu erreichen, die Sie nicht genau kennen. Schreiben Sie auf, was Sie erreichen möchten, und legen Sie sich darauf fest. Transparenz ist für Verantwortlichkeit unerlässlich. Teilen Sie Ihre Ziele daher auch Ihrem Manager mit.
- **Analysieren Sie Ihre Kundenbasis.** Sie Ihre Kundenbasis. Wissen ist Macht: Kundenkenntnisse sind eine der effektivsten Methoden zur Umsatzsteigerung. Was wissen Sie über die Menschen, denen Sie Produkte verkaufen wollen? Schreiben Sie eine Liste (hier sind sogenannte „Personas“ hilfreich) und entwickeln Sie eine tiefgreifende und detaillierte Sicht der Anforderungen Ihrer Kunden.
- **Entscheiden Sie, wie Sie Ihre Zeit aufteilen,** um die maximale Provision zu bekommen. Steigern Sie Ihre eigene Produktivität, indem Sie Zeit für wichtige Aufgaben wie Nachbearbeitung von Meetings per E-Mail und persönliche Meetings reservieren. Denken Sie auch darüber nach, eine „Don't Do“ Liste zu erstellen, mit der Sie Unproduktives und Unwichtiges aus Ihrem Zeitplan eliminieren und so den Schwerpunkt auf den Vertrieb legen können.
- **Überprüfen und optimieren Sie Ihren Umsatzplan.** Im Laufe des Jahres sollten Sie ständig mit Ihrem Manager und Ihrem Team Absprache halten, um zu sehen, wie gut Ihr Plan für das neue Geschäftsjahr funktioniert und ob Sie ihn anpassen müssen.

Was auch immer Sie geplant haben, ganz oben auf Ihrer Liste steht wahrscheinlich nur ein Punkt: Mehr Umsatz. Mit Salesforce können Sie ganz einfach den Überblick über Zuweisungen und Accounts behalten, damit Sie von jedem Ort aus verkaufen und jede Chance ergreifen können.

Nehmen Sie an einer interaktiven geführten Tour teil.

Erfahren Sie mehr darüber, wie ein Vertriebsleiter und ein Vertriebsmitarbeiter mithilfe von Salesforce ihren Tagesablauf organisieren. Auf dieser interaktiven Tour erfahren Sie mehr zu den verschiedenen Funktionen von Salesforce. Erleben Sie die weltweit führende CRM-Anwendung in Aktion.

[Weitere Informationen >](#)



2

Nutzen Sie Ihre Daten für Einblicke, die Ihnen höhere Umsätze ermöglichen.

Wir leben in einem Zeitalter der Quantifizierung: Schlagwörter wie „Big Data“ oder „Data Analytics“ können Sie in jeder Branche hören und in allen Stellenbeschreibungen lesen.

Für Vertriebsprofis bieten sich durch all diese Daten äußerst vielversprechende Umsatzchancen. Denken Sie einmal darüber nach: Wenn Vertriebsmitarbeiter jeden Kontaktpunkt und jede Interaktion mit [CRM-Tools wie Salesforce](#) nachverfolgen können, können sie viel effizienter arbeiten und lernen ihre Kunden besser kennen.

Bedauerlicherweise wissen viele Unternehmen jedoch nicht, wie sie diese Daten optimal in ihre Vertriebsabläufe

integrieren können. Und schlecht gepflegte Daten sind ein weit verbreitetes Problem: 86 % der Unternehmen räumen ein, dass ihre Daten in irgendeiner Form fehlerhaft sind. Kein Vertriebsteam kann Performance-Höchstwerte erreichen, wenn es mit unvollständigen und ungenauen Unterlagen arbeitet. Wenn Sie Ihre Datenprobleme lösen, sind Sie auf dem besten Wege, mehr Umsatz in diesem Jahr zu erzielen. Lesen Sie, wie Vertriebsleiter und -mitarbeiter diese Probleme lösen können.



Vertriebsleitung: Einblicke aus Daten nutzen

Daten sind der Treibstoff für das CRM-Modul Ihres Teams. Versuchen Sie 2016, alle Entscheidungen auf Basis von Daten zu treffen. Mit besseren Daten können Sie Ihre Pipeline besser verwalten, Chancen schneller erkennen und intelligentere Entscheidungen über die Zeitplanung im Team treffen.

Damit Daten den Umsatz beeinflussen können, müssen nicht nur Ergebnisse, sondern auch Fortschritte gemessen werden. Als Manager müssen Sie zu jedem beliebigen Zeitpunkt im Vertriebszyklus schnell erkennen können, ob sich Ihre Teammitglieder den gesetzten Zielen nähern. Mit einer CRM-Lösung wie Salesforce können Teams übersichtliche Dashboards erstellen, in denen sie sehen, wie viele Aufträge in der Pipeline warten, an welchem

Punkt im Vertriebszyklus sich Interessenten befinden und wie lange diese sich bereits an diesem Punkt aufhalten. Derartige Einblicke ermöglichen es Ihnen, Probleme frühzeitig zu erkennen und unterstützen im Endeffekt Ihr Team bei der Umsatzsteigerung.

Ihre CRM-Lösung erzeugt jeden Tag riesige Datenmengen mit abertausenden Datenzeilen – kein Vertriebsleiter kann all das überprüfen! Glücklicherweise können Sie die Daten mithilfe von Berichten von Salesforce im Handumdrehen sortieren und die für Sie tatsächlich wichtigen Informationen herausfiltern. Bei diesen riesigen Datenmengen geht es darum, intelligenter zu arbeiten – nicht härter. Wenn Sie einen Bericht zu den Aktivitäten des letzten Monats benötigen, filtern Sie die Informationen nach dem Datum

und schließen Sie alle Aktivitäten von anderen Mitarbeitern aus – schon haben Sie eine Übersicht Ihrer gesuchten Informationen zur Hand. Diese können Sie dann als Bericht speichern und jederzeit erneut abrufen. Ihre Berichte werden automatisch synchronisiert und mit den täglich neu erzeugten Daten aktualisiert.

Neben Dashboards und Berichten sollten Sie auch „weiße Flecken“ ohne klare Verantwortlichkeiten berücksichtigen. Sehen Sie sich die Zahlen an, um herauszufinden, welche Accounts oder potenzielle Kunden im Gebiet Ihres Teams kurz vor einer Entscheidung stehen könnten, und bereiten Sie die entsprechenden Verträge vor. Nutzen Sie nicht nur Ihren Instinkt, sondern auch Daten, um 2016 Vertriebsfolge zu verzeichnen.

Vertriebsmitarbeiter: Einblicke aus Daten nutzen

Potenzielle Kunden interagieren heute von vielen Orten aus und auf unterschiedlichste Weisen. Sie erwarten, dass das Verkaufserlebnis in jeder Phase und in allen Kanälen auf sie zugeschnitten ist. Moderne Vertriebsmitarbeiter müssen daher nicht nur wissen, wo ihre Interessenten im Vertriebsprozess stehen, sondern auch welche Vorgehensweise sie je nach Phase wählen müssen. Das hört sich vielleicht kompliziert an, aber die Daten vereinfachen diesen Prozess, bis er leicht zu verwirklichen ist. Je mehr Sie dieses Jahr im Vertriebsprozess auf Daten bauen, desto mehr Umsatz werden Sie erzielen.

Aber welche Art von Daten brauchen Sie? Aktualisieren Sie alle Lead- und Interessentendaten vor Verkaufsbeginn. Saubere Daten sind für all Ihre Aktionen im CRM von höchster Bedeutung. Nutzen Sie, während Sie neue Kontakte und Accounts suchen und hinzufügen, ein Tool wie Data.com, um die Position des potenziellen Ansprechpartners zu verstehen, und sammeln Sie auch relevante

Informationen über sein Unternehmen und dessen Organisationsstruktur. Schon die grundlegendsten Angaben zu einem potenziellen Kunden können Ihnen helfen, sich eingehender zu informieren und eine Vision darüber zu entwickeln, was Sie diesem Kunden anbieten können. Sehen Sie sich die aktuellen Marketingkampagnen des Unternehmens an. Suchen Sie nach Presseartikeln, in denen das Unternehmen erwähnt wird.

Eine CRM-Lösung wie Salesforce hilft Ihnen dabei, den Überblick über Ihre wachsende To-do-Liste zu behalten. Mit einer CRM-Lösung stehen Ihnen Aufzeichnungen zu all Ihren Leads zur Verfügung. Diese Datensätze enthalten für alle Kunden und Interessenten relevante Informationen zu ihren aktuellen Aktivitäten sowie zu den Interaktionen Ihres Vertriebsteams mit dem jeweiligen Ansprechpartner. All diese Daten und Aufzeichnungen ergeben ein detailliertes Gesamtbild, wo der Kunde im Vertriebsprozess steht.

On AG: Vorsprung durch die Cloud

Die Schweizer Firma On AG startete 2010 die Produktion eines neuen Laufschuhs mit der Vision: „We put the fun into your run“. Das Kredo kommt bei den Lauffreunden gut an und das Startup-Unternehmen wächst stetig – und damit auch die Anforderungen an die IT. Um diese jederzeit und individuell an die Bedürfnisse anpassen zu können, verschiebt die On AG die Geschäftsprozesse in die Cloud und setzt auf die Sales Cloud von Salesforce. Die Sales Cloud wird auf der Force.com Plattform mit dem ERP und Finanzsystem verknüpft, sodass die komplette Sales- und Produktionssteuerung inklusive Lagerverwaltung und Verknüpfung zur Website über Salesforce läuft. Informationen über den Ist-Zustand lassen sich mit wenigen Klicks in Reports aufbereiten, wodurch das Management Aufschluss über Kundenfeedbacks zu Produkten und Einblick in Bestellvorgänge bekommt.

„Kunden (B2B und B2C) wollen heutzutage eingebunden werden, informieren sich aktiv und erwarten eine direkte Ansprache.“

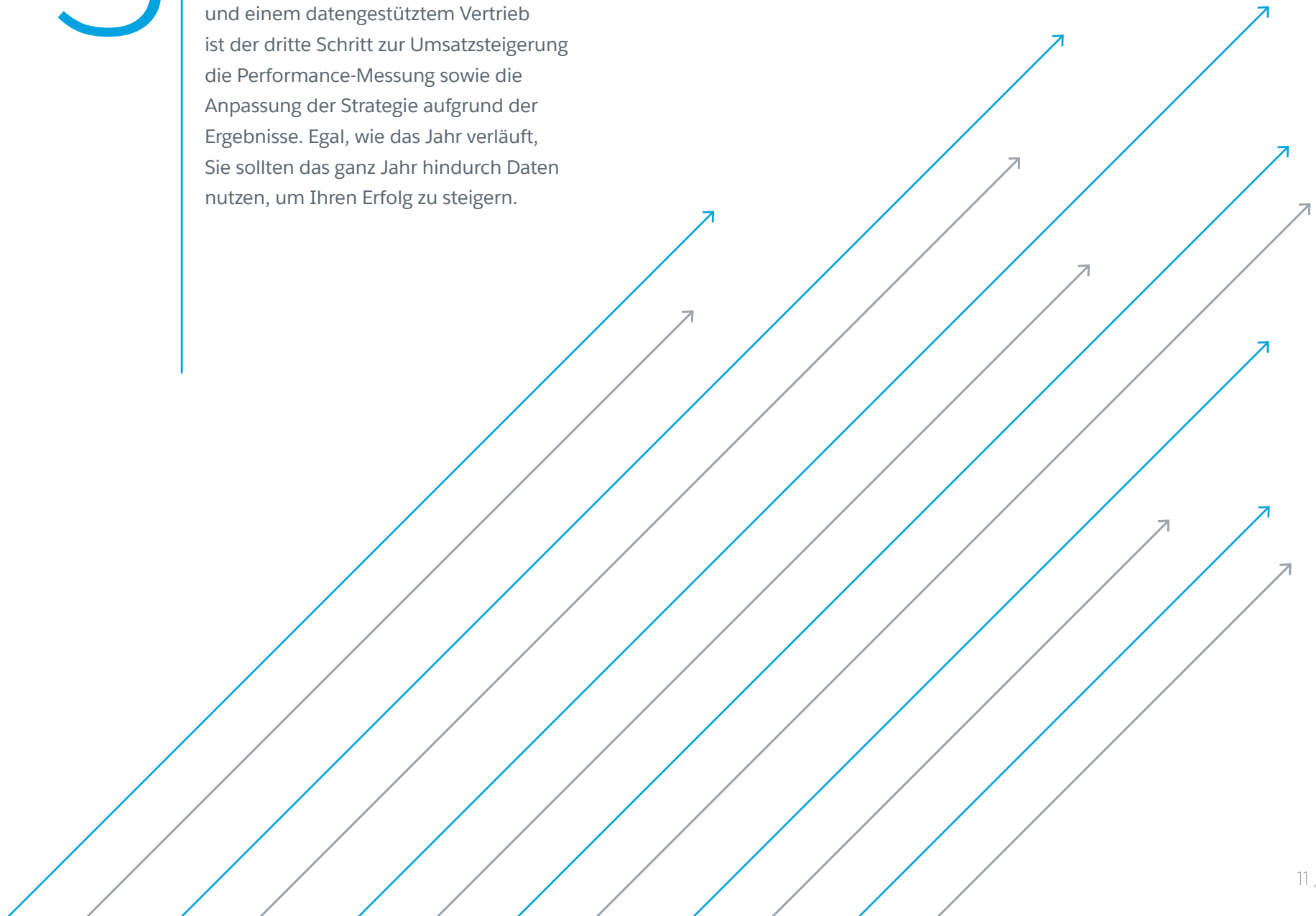
Marc Maurer COO,
On AG

Erfolgsgeschichte lesen ›

3

Performance messen und optimieren

Neben dem richtigen Absatzplan und einem datengestütztem Vertrieb ist der dritte Schritt zur Umsatzsteigerung die Performance-Messung sowie die Anpassung der Strategie aufgrund der Ergebnisse. Egal, wie das Jahr verläuft, Sie sollten das ganz Jahr hindurch Daten nutzen, um Ihren Erfolg zu steigern.



Vertriebsleitung: Performance-Messung und -Optimierung

Nutzen Sie Ihre Vertriebsdaten das ganze Jahr hindurch, um sicherzustellen, dass Ihre Mitarbeiter so viele Deals wie möglich abschließen. Können Sie schnell und einfach die Zahlen Ihres Teams in Bezug auf abgeschlossene Geschäfte/gewonnene Kunden, voraussichtliche Geschäftsabschlüsse, Prognosen, Quote usw. überprüfen? Wenn nicht, hilft Ihnen eine Anwendung wie [Sales Wave Analytics](#) dabei, schnell die Transparenz der Pipeline, die Team-Performance und Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung zu überprüfen. Von griffbereiten, aufschlußreichen Erkenntnissen bis hin zu anpassbaren Dashboards und Datenansichten – mit Wave können Sie Erkenntnisse aus dem Vertrieb in erfolgversprechende Aktionen umsetzen.

Jeder Vertriebsleiter versucht, die richtigen Antworten aus den richtigen Daten zu erzielen. Oft sind Kundendaten in unterschiedlichen

Formaten auf eine Vielzahl von Systemen verteilt. Vergewissern Sie sich, dass Sie die Antworten auf folgende Fragen durchweg mit Daten belegen – und animieren Sie Ihre Mitarbeiter, das Gleiche zu tun:

- Wer ist mein nächster großer Kunde und welche Segmente sollen wir ansprechen?
- Welche bestehenden Unternehmensbereiche sollen wir erweitern?
- Wie verhalten sich die Einnahmen im Vergleich zu vorherigen Monaten/Quartalen/Jahren?

Sie können Daten auch dazu verwenden, um Ihre Teams zu mehr Leistung zu motivieren. Wahrscheinlich bieten Sie bereits einen überzeugenden Vergütungsplan mit Quartals-Prämien und -Wettbewerben an. Allerdings können Sie den Fokus Ihrer Mitarbeiter auch



im Alltag verbessern, indem Sie Performance-Daten aus dem Vertrieb freigeben und so den internen Wettbewerb fördern.

Was für Daten Sie auch verwenden: Sorgen Sie dafür, dass Sie von Ihrem mobilen Gerät aus Zugriff darauf haben, damit Sie keine Zeit verschwenden, bloß weil Ihr Laptop nicht in der Nähe ist. Egal, wo Ihr Weg hinführt, nutzen Sie immer Daten, um neue Maßstäbe zu setzen und flexibel zu bleiben, damit Sie sich auf die kritischen Bereiche einen größeren Fokus legen können.

EINBLICKE → AKTIONEN

Vertriebsmitarbeiter: Performance-Messung und -Optimierung

Um den Umsatz im neuen Jahr zu steigern, ist es wichtig, regelmäßig Ihre eigenen Lead- und Interessentendaten nachzuverfolgen und Ihre persönliche Verkaufsstrategie entsprechend anzupassen. Ein entscheidender Tipp, um den Umsatz zu steigern: Verbringen Sie nicht drei Wochen im Außendienst, ohne immer wieder auf Ihre Ziele zu schauen. Nehmen Sie sich stattdessen die Zeit, über Ihre Zahlen nachzudenken und Ihre Performance nachzuverfolgen.

Erstellen Sie ein Vertriebs-Dashboard und passen Sie es mit den für Sie wichtigsten Zahlen an. Greifen Sie oft auf das Dashboard zurück, um zu überprüfen, was funktioniert – und was nicht. Mit einer Anwendung wie Sales Wave Analytics ist das ganz einfach – dank schneller Filteroptionen und einer übersichtlichen Darstellung, in der Sie Muster leicht erkennen und neue Einblicke gewinnen können.

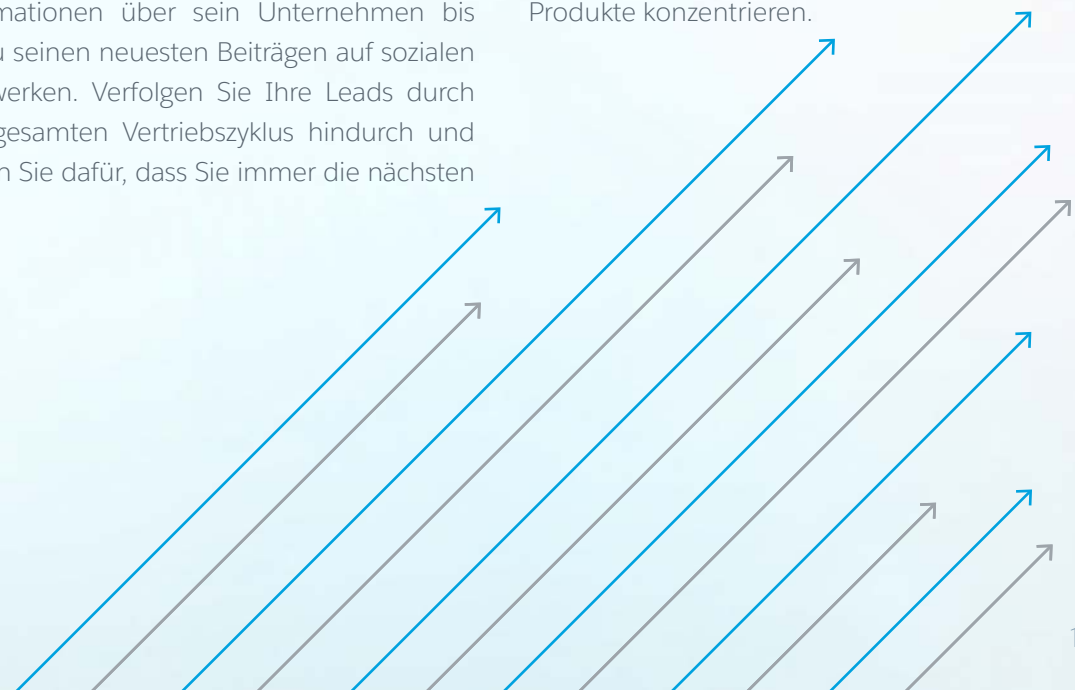
Sobald Sie Ihren Plan aufgestellt und angefangen haben, datengestützte Verkaufsgespräche zu führen, sind Daten die einzige Möglichkeit, wie Sie Ihre Verkaufstaktiken zuverlässig anpassen und verbessern können. Wenn Sie nach wenigen Monaten eine Ausgangsbasis

festgelegt haben, können Sie auch den Vertriebsprozess mittels Daten vereinfachen. Finden Sie heraus, an welcher Stelle potentielle Kunden im Entscheidungsprozess stecken bleiben. Wenn Sie Kunden verlieren, weil diese sich nicht vom Status quo trennen möchten, müssen Sie herausfinden, wie Sie ihnen die Entscheidung erleichtern können.

Nutzen Sie Daten, um im Laufe des Jahres Leads effektiver zu qualifizieren und weiterzuleiten. Bereiten Sie sich auf Verkaufsgespräche vor, indem Sie sich einen umfassenden Überblick über Ihren Kunden verschaffen – von Informationen über sein Unternehmen bis hin zu seinen neuesten Beiträgen auf sozialen Netzwerken. Verfolgen Sie Ihre Leads durch den gesamten Vertriebszyklus hindurch und sorgen Sie dafür, dass Sie immer die nächsten

Schritte und die richtigen Informationen zur Hand haben. Je mehr Sie verkaufen, desto mehr Daten können Sie zu erfolgreichen Methoden sammeln – und Ihre Ergebnisse mit jedem Klick verbessern.

Wenn Sie Ihre Verkaufszahlen durchsehen, lassen Sie sie nicht einfach herumliegen: Ergreifen Sie Maßnahmen! Ob Sie ein Vertriebsleiter oder -mitarbeiter sind, wenden Sie das Gelernte immer praktisch an und passen Sie sich entsprechend an, indem Sie Ihre Verkaufsbemühungen auf die sinnvollsten Interessenten, Gebiete und Produkte konzentrieren.



Service Partner ONE – Salesforce als alleiniges Backend-System

HERAUSFORDERUNG

Schneller Start mit neuartiger Geschäftsidee

Abbildung sämtlicher Geschäftsprozesse auf einer Plattform

Eine Plattform für sämtliche Kundenanliegen

LÖSUNG

Salesforce Plattform als ausschließliches Back-end

Integration von Partnern mit Heroku

App Exchange als Fundus für benötigte Anwendungen

ERGEBNISSE

Zwei Wochen vom Projektstart bis internem Go-Live

Bruchfreie Geschäftsprozesse mit einer einzigen Datenquelle

Völlige Konzentration auf Kerngeschäft und Wachstum möglich

PRODUKTE

Sales Cloud

Service Cloud, App Cloud, Community Cloud

40 %

schnellere Bearbeitung von technischen Entwicklungsprojekten

12 %

weniger Zeitaufwand, um Aufgaben-Meilensteine zu erreichen

Erfolgsgeschichte lesen ›

„Egal, ob wir 10, 50 oder 500 Standorte, Mitarbeiter oder Kunden haben, die Salesforce-Plattform wächst mit uns.“

Sebastian Ohrmann
Head of Product

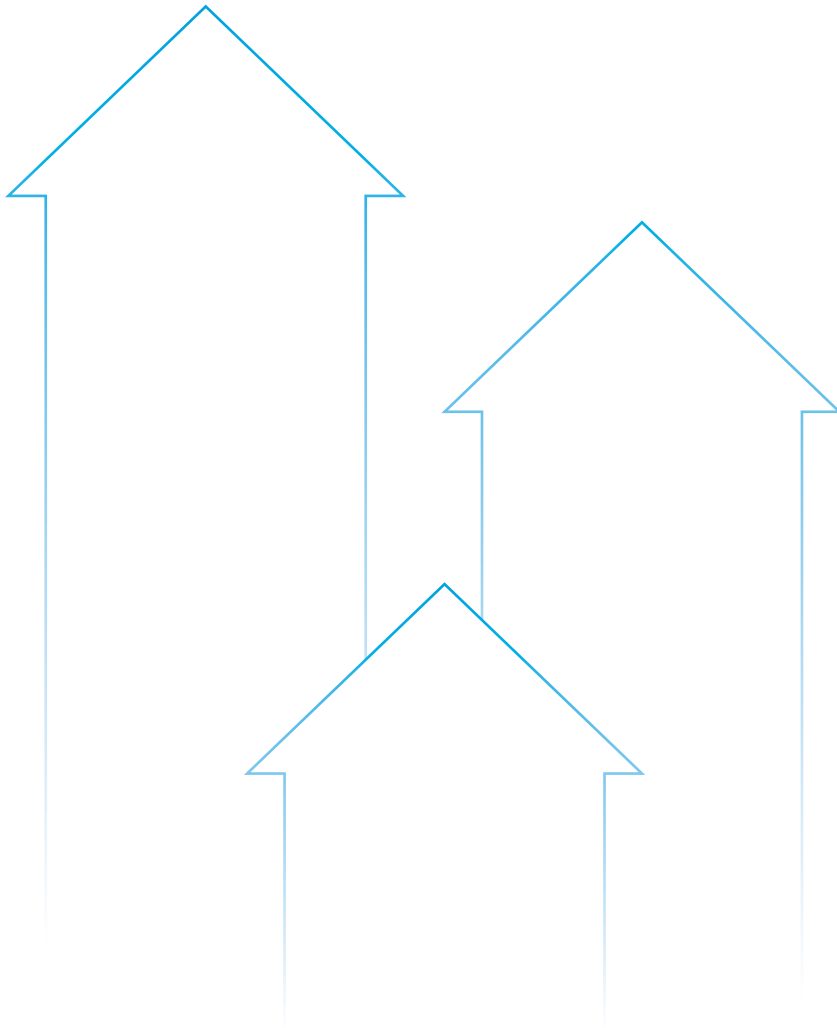


WER IST SERVICE PARTNER ONE

Service Partner ONE ist der smarte Servicepartner für innovatives Officemanagement. Seit unserer Gründung im Frühjahr 2015 entwickeln wir dazu maßgeschneiderte Lösungen für modernes Arbeiten im Büro. Optimale Arbeitsbedingungen und volle Konzentration auf das Kerngeschäft sind heute wichtiger denn je. Schlecht gereinigte Konferenzräume, fehlendes Druckerpapier und nicht funktionierende IT kosten wertvolle Zeit und Nerven. Als verlässlicher Partner unterstützen wir unsere Kunden bei allen Prozessen abseits des Kerngeschäftes. Wir bieten jene Services, die uns selber als Geschäftsführer und Mitarbeiter unterschiedlichster Unternehmen bis dato fehlten. Unser 50-köpfiges Team von Experten aus den Bereichen Customer Care, Facility Services, Hospitality und E-Commerce folgt dabei einer klaren Mission - der digitalen Revolution des Office Management.

WEITERE INFORMATIONEN UNTER:
servicepartner.one





ZUSAMMENFASSUNG

Wenn Sie vorausplanen und datengestützte Entscheidungen treffen, sind Sie auf dem besten Wege, künftig mehr Umsatz denn je zu erwirtschaften. Im neuen Jahr geht es darum, sich von Ihrer besten Seite zeigen. Welche neuen Best Practices und Technologien nutzen Sie dieses Jahr, um Ihr Unternehmen zu verändern?

Weitere beliebte Ressourcen:



CRM-Handbuch

E-BOOK HERUNTERLADEN



Sales Cloud im Überblick

DEMO ANSEHEN



Verändern Sie den Vertrieb mit Wave Analytics

E-BOOK HERUNTERLADEN

Haben Sie noch Fragen? Kontaktieren Sie uns ›