



Mehr Effizienz in deutschen Unternehmen möglich?

Mehr Effizienz in deutschen Unternehmen möglich? cobra präsentiert dritte Auflage der CRM-Studie Vertriebseffizienz von Walter Zimmermann auf der CRM-expo Zum dritten Mal hat der Effizienzexperte und Buchautor Walter Zimmermann den aktuellen Effizienz-Status in deutschen Unternehmen erhoben. Wieder liefert seine Studie interessante Ergebnisse, klärt Zusammenhänge auf und hebt auch mal den Zeigefinger, denn er fand heraus: in wirtschaftlich guten Zeiten lassen die Anstrengungen mitunter nach. Kooperationspartner cobra stellt die aktuelle Studie erstmals auf der CRM-expo in Essen vor. Im Fokus der Analyse stand erneut der Unternehmensbereich "Vertrieb", denn genau diesem traut Walter Zimmermann eine höhere Potentialausschöpfung zu. Dabei ergab sich bei der Untersuchung, dass der Arbeitseinsatz der Verkaufsleute quantitativ abgenommen hat. Zimmermann führt dies auf das sogenannte "Cherry-Picking" in wirtschaftlich guten Zeiten zurück und mahnt: "Führungskräfte sollten jedoch aufpassen, dass man nicht nur mit dem Markt wächst." Gleichzeitig hat sich die Qualität der Gesprächsführung erneut im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Diese positive Entwicklung führt Zimmermann vor allem auf die bessere Verfügbarkeit von Internet und Kundendaten von unterwegs zurück. Gerade das Thema Daten-Mobilität schneidet als Gewinner der diesjährigen Studie ab: Nutzten im Jahr 2009 nur 4,3 Prozent der befragten Außendienstmitarbeiter die Möglichkeit, per Smartphone auf Kundendaten zuzugreifen, so sind es laut aktueller Studie bereits 26,4 Prozent. E-Mails und Internet nutzen bereits über 80 Prozent der Befragten aus demselben Bereich. Trotzdem liegen viele Möglichkeiten im Vertriebsbereich noch brach, denn ein Fazit der CRM-Studie ergab, dass 34,3 Prozent der vorhandenen Ressourcen nicht genutzt werden. Die "CRM-Studie Vertriebseffizienz 2012/2013 - Potentiale optimal ausschöpfen. Durch mehr Effizienz und mobile Datenverfügbarkeit im Vertrieb" ist bei der CRM expo am 10. und 11. Oktober in Essen am cobra-Stand, Halle 1, Stand E30 kostenlos erhältlich. Übliche Schutzgebühr EUR 165. Kontakt: Katrin Gutberlet Presse- und Öffentlichkeitsarbeit cobra GmbH Weberinnenstraße 7 D-78467 Konstanz Tel: +49 7531 8101 37 Fax: +49 7531 8101 22 katrin.gutberlet@cobra.de http://www.cobra.de Kontakt Walter Zimmermann Daniel Hölter Zimmermann Seminare GmbH Stotzinger Weg 2 87662 Kaltental info@effizienz.com www.walterzimmermann.de Telefon +49 8344 991633 Telefax +49 8344 991634 Das Konstanzer Softwarehaus cobra ist einer der führenden Anbieter von Lösungen für das Kunden- und Kontaktmanagement und ausschließlich in diesem Segment tätig. Als Pionier für CRM in Deutschland entwickelt und vertreibt cobra seit über 25 Jahren erfolgreich innovative CRM-Lösungen für kleine, mittelständische und große Unternehmen. Das cobra-Team berücksichtigt dabei alle Aspekte für eine umfassende, übersichtliche und flexible Kundenbetreuung. Intuitive Bedienung und schnelle Effizienzsteigerung sorgen für eine hohe Akzeptanz bei den Anwendern. Mit 200 Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz berät cobra Firmen in allen Belangen rund um das Thema CRM. Die Software-Lösungen unterstützen bei der Optimierung der Kernprozesse in Vertrieb, Marketing und Service durch die transparente Abbildung von Vertriebschancen oder die Analyse aktueller Kundendaten für Management-Entscheidungen. Redaktionsbüro für Bild + Text Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit Frank-Michael Preuss - Fotograf Journalist Mendelssohnstrasse 7 - 30173 Hannover fon: 0511 4716-37 - fax: 0511 4716-38 mobil: 0177 5040064 info@fmpreuss.de http://www.fmpreuss.de

Pressekontakt

Redaktionsbüro für Bild + Text

30173 Hannover

Firmenkontakt

Redaktionsbüro für Bild & Text

30173 Hannover

Seit über 15 Jahren arbeite ich als freier Fotograf bundesweit für Agenturen und Direktkunden. Dabei handelt es sich meist um Aufträge in den Bereichen Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit und Medienarbeit. Ich arbeite parallel als Journalist im Bereich der Medienarbeit mit dem Ziel, aktuelle und verkaufsfördernde Texte in geeigneten Medien zu veröffentlichen. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Online- oder Printmedien handelt, entscheidend für den Kunden ist die richtige Klientel. Ich führe Interviews oder moderierte Gespräche durch, sammle Informationen zum Thema und recherchiere gründlich das Ausgangsmaterial. Aus diesen Daten werden Presseberichte, Pressemitteilungen, Anwender- und Praxisberichte sowie Produktbeschreibungen und Fachartikel erstellt, die von mir in den dafür vorgesehenen Medien platziert werden. Gleichzeitig stehe ich beratend zur Verfügung.