

NEUES BUCH: MATCHING - MARKETING-ENTSCHEIDER IM DIALOG

Wie Agenturen erfolgreich Neugeschäft machen und wie Werbe- sowie Marketingentscheider auf Industrieseite eine fruchtbare Agenturauswahl treffen, über diese beiden Seiten einer Medaille hat Heiko Burrack, Inhaber der Frankfurter Beratung New Business Advice, jetzt das Buch 'Matching' veröffentlicht.

Wie beurteilen Marketing-Entscheider das New Business von Kommunikationsagenturen? Was ist gut, wo können sie sich verbessern? Welchen Rat geben Agenturchefs den Marketers, wenn sie auf der Suche nach einem neuen Dienstleister sind? Wo sehen sie typische Fehler und wie lassen sich diese vermeiden? Dies sind einige Punkte, mit denen sich Burrack in seinem neuen Buch Matching befasst hat. Über 80 Marketing-Verantwortliche, Agenturchefs und Branchenexperten wurden interviewt, um zentrale Fragen einer erfolgreichen Zusammenarbeit zu klären. Damit soll das 212 Seiten umfassende Wende-Buch einerseits ein praxisorientierter Akquise-Ratgeber für Agenturen und andererseits eine Auswahlhilfe für das Marketing sein.

Burrack: "Agenturen finden Kundeninsights mehr als hilfreich, um für ihre Kunden Kommunikation zu machen, die gut ist und wirkt. Was Agenturkunden vom New Business der Dienstleister halten, weiß man aber nur am Rande. In diesem Buch kommen genau diese Kunden vor und sagen, was sie am New Business der Agenturen gut finden und was man besser machen könnte." Erprobte Wege, Tipps und nachvollziehbare Checklisten sollen helfen, den Auswahlprozess zu optimieren und den Erfolg bei der Zusammenarbeit zu maximieren.

Das Buch mit dem vollen Titel 'Matching. Marketing-Entscheider im Dialog – So geht erfolgreiches New Business heute' (ISBN: 978-3-936182-51-4) von Heiko Burrack ist im New Business Verlag, Hamburg, erschienen und für 29,80 Euro im Verlag oder im Buchhandel erhältlich. Kontakt: www.newbusinessverlag.de/burrack

