

Burrack sagt



Der Fehler:

Zu glauben, dass der neue Marketingleiter die bisherige Agenturarbeit würdigt!

Leider falsch:

Das große Zittern geht durch die Agentur, wenn der Marketingchef des wichtigsten Kunden wechselt. Meistens ist positives Denken angesagt. Fakt ist aber: Der neue CMO stellt oft die alte Agentur in Frage. Passiert dies, hilft nur eines: Sucht doch das Gespräch mit dem größten Wettbewerber.

Heiko Burrack, Inhaber von New Business Advice