

Współpraca działu sprzedaży i marketingu

Działy marketingu i sprzedaży w różnych firmach mogą być różnie zorganizowane – mogą być niezależnymi działami lub podlegać jeden dział drugiemu. W tym tekście skupimy się na opisanu takiej sytuacji, gdzie oba działy są odrębnymi jednostkami, a celem menedżera sprzedaży jest wpłynąć na polepszenie wzajemnej współpracy.

- Główne problemy we współpracy między działami **03**
- Czego powinieneś oczekiwać od działu marketingu, aby zwiększyć sprzedaż w swoim dziale **03**
- Jakie są najczęstsze zarzuty działu sprzedaży wobec działu marketingu **04**
- Jak inni poradzili sobie z konfliktami we współpracy działów **04**
- Jakie są najczęstsze zarzuty działu marketingu wobec działu sprzedaży **07**

Jak zwiększyć jej efektywność i unikać konfliktów?

Piotr Leśniewski

CASTROL LUBRICANTS
Hypermarkets/AccShops sales manager

*Dalsza część książki dostępna w wersji
pełnej.*

