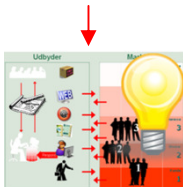


B2B-salgets fokusområder



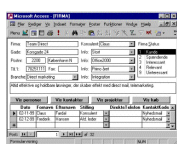
1. Produkt, prioritering, produktion



2. Metoden, filosofi, fundamentet, strategi, taktik, pipeline, købsprocessen



3. Planer, marketingplan, marketingportal, kampagneplan, arbejdsplan



4. Systemer, CRM, ERP, Business Intelligence, marketingmanual



5. Data, målgruppen, segmentering, adresser, oprydning, prioritering



6. WEB, skal bruges i salgsarbejdet



7. Nyhedsmail, nyhedsmailsystem, hyppighed, budskaber



8. Salgsbreve, Word-fletning, hyppighed, salgsmateriale



9. Telemarketing, tele-software, finde kundeemner, kvalificere, mødebooke, salg



10. Sælgere, salgsproces, brug af CRM-system, personlige møder, onlinemøder
