

## Presse-Information

September 2007

### **Proaktiv statt austauschbar**

Wer aktiv auf Unternehmen zugeht, mit denen er noch keine Beziehung unterhält und deren Bedarf er noch nicht kennt, ist erfolgreicher im Wettbewerb. „Projective Selling“ heisst diese Vorgehensweise und ist laut der Studie Excellence in Sales für 23,6 Prozent der zehn erfolgreichsten Unternehmen aus der Befragung ein Erfolgsgeheimnis ihrer Vertriebsarbeit.

Wie auch die restlichen 77,4 Prozent den Durchbruch in ihrer Vertriebsarbeit schaffen können, vermittelt die Sales Driven Company ihren Partnern. Das Vertriebsprogramm für Unternehmen der Universität St. Gallen untersucht den Verkauf und das Vertriebsmanagement systematisch auf Erfolgsfaktoren. Daraus werden erfolgreiche Ansätze herausgearbeitet, beschrieben und den Partnerunternehmen vermittelt. Zu den praxisorientierten Spezialisten des „Think Tank“ gehört die uhu360 surround marketing ag. Der Vertriebsexperte der Kommunikations-Profis aus Herisau (AR) vermittelt im Rahmen der Programmgruppe „Presales und Gesprächsanknüpfung“ praktische Vorgehensweisen, die den Vertrieb zum Erfolgsfaktor machen.

Näherer Informationen zur Studie und über erfolgversprechende Kommunikationsstrategien finden Interessenten unter [www.uhu360.ch](http://www.uhu360.ch).

Umfang: ca. 1.200 Zeichen