

Mercuri International



Taking Sales to a Higher Level

Arvopohjainen segmentointi

Digitalisoituminen ja ostamisen muutos muutti myynnin. Asiakasodotusten ja ostokäyttäytymisen muutokset asettavat entistä kovempia vaatimuksia myös segmentoinnille. Miten segmentointia voisi tehostaa B2B-myyntissä? Arvopohjainen segmentointi perustuu asiakkaiden ostokäyttäytymisen taustalla oleviin "ominaisuuksiin". Ammattimaisesti tehtynä arvopohjainen segmentointi auttaa sinua ja yritystäsi tehostamaan myynnin ja markkinoinnin toimintaa (tuloksia ja kustannuksia) sekä vastaamaan entistä paremmin asiakkaiden odotuksiin.

Petri Maliranta ja John Saario tiivistävät tässä White Paperissa muutoksen vaikutuksia B2B-myyntiin ja markkinoinnin maailmassa, ja erityisesti ammattimaisen myyntitoiminnan ja segmentoinnin näkökulmasta, jotta tulevaisuuden kasvutavoitteet on mahdollista saavuttaa. Artikkeleihin on myös koottu arvopohjaisen segmentoinnin päävaiheet, vinkkejä ja ohjeita, mitä kannattaa tehdä ja huomioida.

Täytä lomakkeen tiedot ja lataa White Paper Arvopohjainen segmentointi B2B-myyntissä:

//



www.mercuri.net