

Marketing und Vertrieb - Outsourcing

28.05.2009, 11:21 | Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: *Michael Richter - Internationale Marketing- und Vertriebsberatung*



Outsourcing hat immer noch das, was Schwaben ein 'Gschmäckle' nennen. Dabei kann gerade hierdurch vielfach ein wesentlicher, kurzfristiger und sehr erfolgreicher Organisations-, Umsatz- oder Ertragssprung gemacht werden, der sonst so nicht erreichbar wäre.

Was macht Outsourcing interessant ? Nachstehend einige wichtige Aspekte:

1. Kostengünstig - Das Wichtigste ist wohl die Tatsache, dass in diesem Fall keine Neueinstellung, die mit einer permanenten Belastung der Personalseite verbunden wäre, erforderlich ist, d. h. es fallen keine Sozialkosten an, es sind keine ungebührliche lange laufenden Kündigungsfristen zu beachten, Urlaub gibt es nicht, sondern einen gemeinsam vereinbarten Zeitplan, und mehr
2. Kurzfristig - Durch die [meist relativ] kurzfristige Verfügbarkeit der meisten Anbieter kann schnell auf zusätzliche Arbeitskraft zugegriffen werden, d. h. Spitzen im Vertrieb bzw. temporäre/vorbereitende Aufgaben können zügig abgearbeitet werden, so dass Marketing- und Vertriebschancen wahrgenommen werden können, für deren Verfolgung normalerweise im Tagesgeschäft zu wenig Zeit bleibt
3. Erfahren - Durch die Einschaltung eines Outsourcing-Partners kann auf Erfahrungen zurückgegriffen werden, die nur für eine kurze Zeit erforderlich sind und die vorhandenen Erfahrungen ergänzt.

Das kann einerseits durch den Einsatz für fest umrissene Aufgaben geschehen – dadurch lernen die Angestellten des Unternehmens wie bestimmte Projekte angefasst werden/werden können.

Oder der entsprechende Partner gibt in konzentrierter Form, beispielsweise durch eine begleitende Schulung oder auch nur eine Schulungs-/Trainingsveranstaltung, seine Erfahrung zu Projekten, Arbeitsweisen, Länderbereichen, Mentalitäten, u. v. a. m., weiter.

Dies hat unter anderem den Vorteil, dass keine Angestellten – unter Umständen mehrere - für Weiterbildungsveranstaltungen abgestellt werden müssen und damit im Tagesgeschäft fehlen oder weniger leisten können.

Allerdings:

Der Unternehmer sollte sich vorher über die Qualifikation des entsprechenden Outsourcing-Partners informieren, damit die eigenen Ziele auch wirklich erreicht werden können. Sonst kann auch ein relativ geringer einmaliger finanzieller Aufwand zu einem vermeidbaren Kostenfaktor werden.

Portrait

Michael Richter – Internationaler Marketing- und Vertriebsberater – befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit strategischem Marketing. Von der Organisation, bis zur Planung und Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten. Die daraus resultierenden Kenntnisse und Erfahrungen bietet er seinen weltweiten Kunden an und macht sie in Marketing und Vertrieb erfolgreich - insbesondere KMU. Daneben bietet er praktische Unterstützung, Coaching oder Firmenseminare an.

News-ID: 313483 • Views: 906 (Stand: 19.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/313483/Marketing-und-Vertrieb-Outsourcing.html>