

## Wie können Vermarkter ihre Sales-Performance optimieren?

03.05.2013, 13:04 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Schickler Unternehmensberatung*  
Presseagentur: *SCHICKLER Unternehmensberatung GmbH*



Die SCHICKLER Unternehmensberatung analysiert die Situation der Vermarkter:

Hamburg/München, 3. Mai 2013. Die Media-Sales-Margin steht unter Druck. Vermarkter müssen rechtzeitig handeln, um auch in einem sich wandelnden Umfeld erfolgreich zu bleiben. Darauf weist die SCHICKLER Unternehmensberatung hin. In einem aktuellen „Einblick“ analysiert sie die Situation der Vermarkter und schildert Ansatzpunkte, mit denen die Media-Sales-Margin messbar gesteigert werden kann.

Die Werbemärkte stehen derzeit vor tiefgreifenden Veränderungen. „Paid Media“ drohen an Relevanz zu verlieren; Budget-Anteile verschieben sich hin zu „Earned- und Owned-Modellen“. Die Player werden zunehmend international und digital, auf nationaler Ebene konsolidiert sich die Branche. Gleichzeitig fordern Kunden und Agenturen nicht nur komplexe, crossmediale Vermarktungsangebote, in immer kürzerer Zeit und mit permanent unter Druck stehender Pay-Rate. Sie fordern auch mehr Messbarkeit der Ergebnisse: Der Marketing ROI rückt in den Fokus, und Tools gewinnen an Bedeutung, die die Effizienz im intermedialen Vergleich nachweisen.

Um in dieser Situation effiziente und schnelle Erfolge bei der Steigerung der eigenen Sales-Performance zu erreichen, empfiehlt die Schickler Unternehmensberatung Vermarktern, auf vier Handlungsebenen aktiv zu werden: strategische Positionierung, optimierte Marktbearbeitung, effizientere Organisationsstrukturen und Qualifizierung des Sales-Teams.

Auszüge aus dem „Einblick“ zur Optimierung der Sales-Performance finden Sie unter [www.schickler.de](http://www.schickler.de) oder auf [Slideshare.net/schickler](http://Slideshare.net/schickler) als Download. Das vollständige Dokument stellen wir Vermarktern auf Anfrage zur Verfügung. Gern stellen wir Vermarktern unsere Erfahrungen zum Thema auch persönlich vor.

Die nachhaltige Optimierung von Vermarktungsgesellschaften aller Mediengattungen ist seit vielen Jahren ein Schwerpunkt von SCHICKLER. Die Beratungsgruppe gilt als das führende Beratungshaus für Medienunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Von Büros in München und Hamburg aus arbeiten rund 50 Mitarbeiter für die Beratungsgruppe. Kunden sind Unternehmen aller Mediengattungen im In- und Ausland, von Zeitungen und Zeitschriften, Online und Fachpresse bis hin zu TV, Radio und Corporate Media. Hinzu kommen Projekte in den

Bereichen E-Business, Finanzdienstleistungen, IT und Telekommunikation. Schickler unterstützt Unternehmen bei der Strategieentwicklung, richtet Organisationen auf die Zukunft aus, gestaltet und optimiert crossmediale Kernprozesse und besetzt als Personalberatung Führungspositionen.



Karriere als Unternehmensberater: Recruiting-Video

<https://www.youtube.com/watch?v=4Ht7veg8bi4>

## Portrait

Die SCHICKLER Beratungsgruppe gilt als das führende Beratungshaus für Medienunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Von Büros in München und Hamburg aus arbeiten rund 50 Mitarbeiter für die Beratungsgruppe. Kunden sind Unternehmen aller Mediengattungen im In- und Ausland, von Zeitungen und Zeitschriften, Online und Fachpresse bis hin zu TV, Radio und Corporate Media. Hinzu kommen Projekte in den Bereichen E-Business, Finanzdienstleistungen, IT und Telekommunikation. Schickler unterstützt Unternehmen bei der Strategieentwicklung, richtet Organisationen auf die Zukunft aus, gestaltet und optimiert crossmediale Kernprozesse und besetzt als Personalberatung Führungspositionen.

---

News-ID: 717293 • Views: 189 (Stand: 03.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/717293/Wie-koennen-Vermarkter-ihre-Sales-Performance-optimieren.html>