

VENTAS Y MARKETING

John Jantsch

Empresa Activa

Barcelona, 2016

350 p. | Papel 18 € | e-book, 5,99 €



La idea habitual en las empresas es que los responsables de marketing poseen el mensaje del producto mientras que los vendedores poseen las relaciones con los

clientes. El marketing y las ventas a menudo están enfrentados dentro de las empresas, dice el autor, pero deben alimentarse mutuamente: hoy los profesionales de ventas deben pensar y actuar como profesionales de marketing para reformular su papel en la mente del cliente y los profesionales de marketing deben trabajar con los comerciales como nunca habían hecho antes.