

No big Deal.

Kommunikation, Marketing, Werbung, Sales & Service at its finest. Hier sind unsere besten Stories. Nutzen Sie diese charmante Quelle der persönlichen Inspiration zum betreuten Kreuz- und Querdenken! Wundern Sie sich mit uns. It's no big deal.

Interview mit Corinna Poeszus

11. September 2007 von Jochen Mayer



Corinna C. Poeszus

Director Sales-Marketing TV & Film

Interworld Musikverlag GmbH / Universal
Publishing Production Music / * a unit of Universal
Music Publishing Group

Email corinna.poeszus@umusic.com

XING www.xing.com/profile/CorinnaC_Poeszus

Website www.unippm.de

Hobbies Westernreiten, Cineast, Filme drehen,
Charity Projekte mit und um Tiere

Best Business Book Lee Iacocca: [Where have all the leaders gone?](#)

Berufliches Vorbild [Prof. Dr. phil. Gertrud Höhler](#)

Wie fängt Ihr typischer Arbeitstag an?

Email Check Kunden, Email Check Internes, Prioritätenfestlegung Emails A, B und C, Newsletter Überblick, Kundenplanung, Kundenbesuche, Akquiseplanung = 40%, danach 50% Tagesgeschäft und 10% Reserve.

.. und wie hört er auf?

Mit guten Gedanken an den nächsten Tag und einer Tasse Tee.

Glauben Sie, dass man auf dem Golfplatz lukrative Geschäfte anbahnen kann?

Das ist sicherlich möglich, je nachdem, in welcher Branche / welchem Genre man tätig ist. Bei mir wären es eher hochkarätige Kongresse und Mediengipfel oder der Polo-Platz!

Wieviel Aufwand betreiben Sie für aktives Networking und was funktioniert am besten für Sie?

2-3 Stunden wöchentlich für online-Networking und ca. 8 Events pro Monat – gemischt (Medienevents, Kongresse, Messen, Mediengipfel).

Haben Sie jemals ein Geschäft über XING abgeschlossen?

Ja seit 2004 über 50 tatsächlich lukrative Geschäfte; ca. 30 davon sind feste Kunden geworden.

Wenn ich Ihnen 100.000 Euro extra für Ihr Budget geben würde, was würden Sie damit

tun?

10% für besseres Marketing, 10% für Sonder-Vertriebsmaßnahmen, 10% für zusätzliche Akquisitions-Reisen, 25% für adäquatere Gehälter meiner Mitarbeiter, 10% für Fortbildung aller Mitarbeiter und 35% gut anlegen für „Krisen“-Zeiten oder um in etwaigen Situationen direkt reagieren zu können.

Welche persönliche Vertriebs Erfahrung hat Sie am meisten beeindruckt?

Die einfache und glatte Umstellung von der CD auf Festplatte / Online-Nutzung für meine Kunden. Wir produzieren nur noch 10% CDs.

Welche magische Gabe würden Sie gerne besitzen?

Entscheidungsfindungen in Meetings mit gemischt geschlechtlichen Teilnehmern beschleunigen zu können, so dass „Mann und Frau“ sich direkt gleich verstehen!

Was wollten Sie als Kind „später“ mal werden?

FBI-Agent oder Profiler.

An welcher Stelle haben Ihrer Meinung nach die meisten Unternehmen Schwächen im Marketing und Vertrieb?

An der Spitze – daher befürworte ich EINEN Marketing- und Vertriebs-Chef – in Personalunion – der beide Bereiche zu verantworten hat.

Wenn ich Ihnen eine persönlichen Coach sponsern würde, was würden Sie mit ihm besprechen?

Wie ich meine Ungeduld besiege!

Barhockertest: Wenn jemand Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung kauft. Was wird er abends in einer Bar davon erzählen?

...endlich habe ich die Lösung meiner Probleme gefunden – das Preis-/Leistungsverhältnis stimmt perfekt, ist auf meine Bedürfnisse zugeschnitten und die Dienstleistung wird noch GROSS geschrieben.

Welche Eigenschaften schätzen Sie am meisten an Ihren MitarbeiterInnen?

Loyalität : a) zum Unternehmen, b) zu mir und c) zum gesamten Team – und eigenes Engagement für „die Sache an sich“.

[Keine Kommentare »](#)

Abgelegt in [Vertrieb ist Persönlichkeit](#)

Ihr Kommentar:

Suchen Sie sich einen Namen aus (Pflichtfeld)

Ihre Emailadresse (wird nicht angezeigt) (Pflichtfeld)

Website

Spamabwehr: Summe von 2 + 3 ?