Państwa konsultant:

**Klaus Müller**

Marketing

Dyrektor w dziale komunikacji

Telefon +49 9341 86-1125

Faks +49 9341 86-1411

Klaus.Mueller@weinig.com

**Listopad 2017**

#### Data

INFORMACJA PRASOWA

**Gregor Baumbusch, dyrektor działu sprzedaży i marketingu w firmie Weinig kończy pięćdziesiąt lat**

THINK WEINIG – tym hasłem Gregor Baumbusch opisał swoje cele zaraz po objęciu funkcji dyrektora działu sprzedaży i marketingu w 2015r. Bez względu na problemy, z jakimi klient ma do czynienia na rynku, Weinig jest jego pierwszą osobą do kontaktu. W dniu 28.11. nasza uwaga wyjątkowo nie koncentruje się na kliencie, ponieważ w tym dniu Gregor Baumbusch świętuje swoje pięćdziesiąte urodziny.

Przed podjęciem pracy w firmie Weinig ten absolwent kierunku budowy maszyn o specjalności inżynieria produkcji uzyskał na kilku stanowiskach pracy szerokie kompetencje techniczne i handlowe w zakresie budowy maszyn. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu renomowanych niemieckich przedsiębiorstw. W jego karierze zawodowej szczególnie ważne było dla niego to, aby w centrum znajdowała się zawsze korzyść dla klienta. Dzięki opracowanej przez niego strategii sprzedaży i marketingu "THINK WEINIG" udało mu się w wyjątkowo skuteczny sposób dokładnie osiągnąć ten cel. Dzięki systematycznemu analizowaniu rynków i ukierunkowanemu wykorzystaniu zasobów sprzedażowych Gregorowi Baumbuschowi udało się wypełnić księgi zamówień grupy WEINIG na rekordowym poziomie. W ramach strategii THINK WEINIG potrafił zbudować nadzwyczaj sprawny i wysoce zmotywowany zespół sprzedażowy, który pozwala oczekiwać zrównoważonego wzrostu także przez najbliższe lata.

Gregor Baumbusch żyje sprzedażą i niestrudzenie podróżuje po całym świecie w służbie dla klientów i zawsze chętnie uczestniczy także w osobistych kontaktach z klientami. O tym wybiegającym myślą naprzód ekspercie od sprzedaży i marketingu, całkowicie oddanemu klientom, mówi się w zarządzie „człowiek, który jasno stawia sprawę“. Dzięki swojemu rozległemu doświadczeniu i dbałości o potencjał technologiczny regularnie daje także impulsy dla innowacyjnego rozwoju firmy.

Zdjęcie:

Gregor Baumbusch