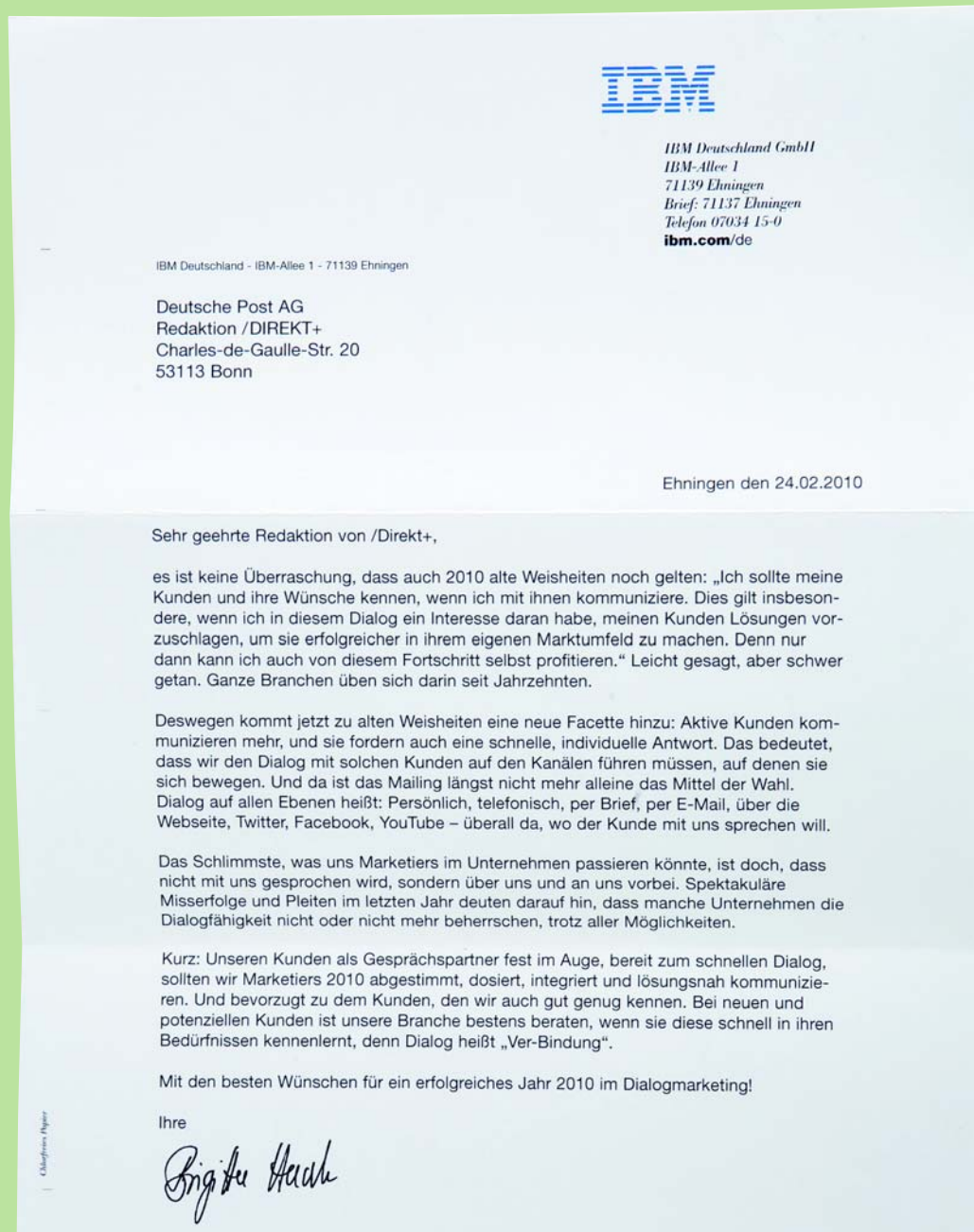


## Ihr Statement, bitte!

Bei allen aktuellen Trends dabei zu sein ist kein Garant für Erfolg im Dialogmarketing. Unternehmen sollten zwar heute auf allen Ebenen kommunizieren, müssen jedoch stets die Grundtugenden wie Zielgruppenkenntnis, Kundennähe und Lösungsorientierung weiter optimieren, sagt Brigitta Haak, Manager Demand Programs bei IBM Deutschland.



**Brigitta Haak** leitet den Bereich Demand Programs innerhalb der Marketingfunktion bei IBM. Sie war von 2007 bis Ende 2008 für das gesamte Hardwaremarketing verantwortlich. Davor hatte sie Führungsaufgaben im Bereich Events und Veranstaltungen. Darüber hinaus war sie als Audience Manager des IBM-Verbindungsbüros tätig.