Neue Medien (übrige Kommunikations-Instrumente)

www.marketingfox.ch

Internetkommunikation

- E-Commerce
  - Internet als Vertriebskanal
- E-Business
  - Internet als Geschäftsmodell
- Websitemarketing/ E-Mailmarketing
  - funktionieren nach dem Pull-Prinzip
- E-Mail
  - Beim E-Mailmarketing wird die Botschaft an eine E-Mailadresse gesendet
  - Permission Marketing
    - Der Kunde wird zuerst nach Erlaubnis gefragt
- Blog
  - kann mit Internet-Tagebuch verglichen werden
- Podcast
  - zu vergleichen mit selbst hergestellten kleinen "Radiosendungen"

Messe-Marketing

- Zweck/Ziel
  - Besucher
    - Marktübersicht
    - Betriebslösungen finden
  - Aussteller
    - Absatz/Umsatzsteigerung
    - Erhöhung Bekanntheitsgrad
    - Kundenkontakt
    - Gewinnung Neukunden
- Arten von Messen
  - Publikumsmessen
  - Fachmessen/Spezialmessen

Event-Marketing

- Zweck/Ziel
  - Erlebnisse vermitteln
  - Emotionen auslösen
- Zielgruppen
  - SGE, Geschäftsleitung
  - Aktionäre, Führungskräfte, Medien, Behörden etc.

operatives CRM

- Zweck/Ziel
  - Profitable Kunden ansprechen.
  - Aufgrund der Ergebnisse der Situationsanalyse
- Einsatz
  - Kampagnensteuerung
  - Verkaufsautomation

Direktmarketing

- Begriff: gezielt, individuell, fördert Dialog und ist Datenbank unterstützt
- Unterschied zu VF und Werbung
  - -Kunde ist namentlich bekannt
  - -Kunde wird direkt/gezielt angesprochen
  - -Vom Kunden wird eine Reaktion/Response erwartet
- Die Loylitätsleiter im DM
  - Ziel ist es mit DM Aktionen den Kunden auf der "Treppe" immer eine Stufe höher zu bringen
  - Leiter:
    - -Stammkunde
    - -Mehrfachkauf
    - -Folgekauf
    - -Erstkauf
    - -Kaufinteresse
    - -Produktinteresse
    - -Kenntnisse
    - -keine Kenntnisse
- Medien / Instrumente
  - unadr. und adr. Werbebrief
  - Email / Newsletter
  - Telefon
    - aktiv (=Outbound)
    - passiv (= Inbound)
  - SMS / MMS
  - Fax
  - Coupon-Inserat / add-a-card Inserat
  - übrige Medien, die einen Rücklauf generieren