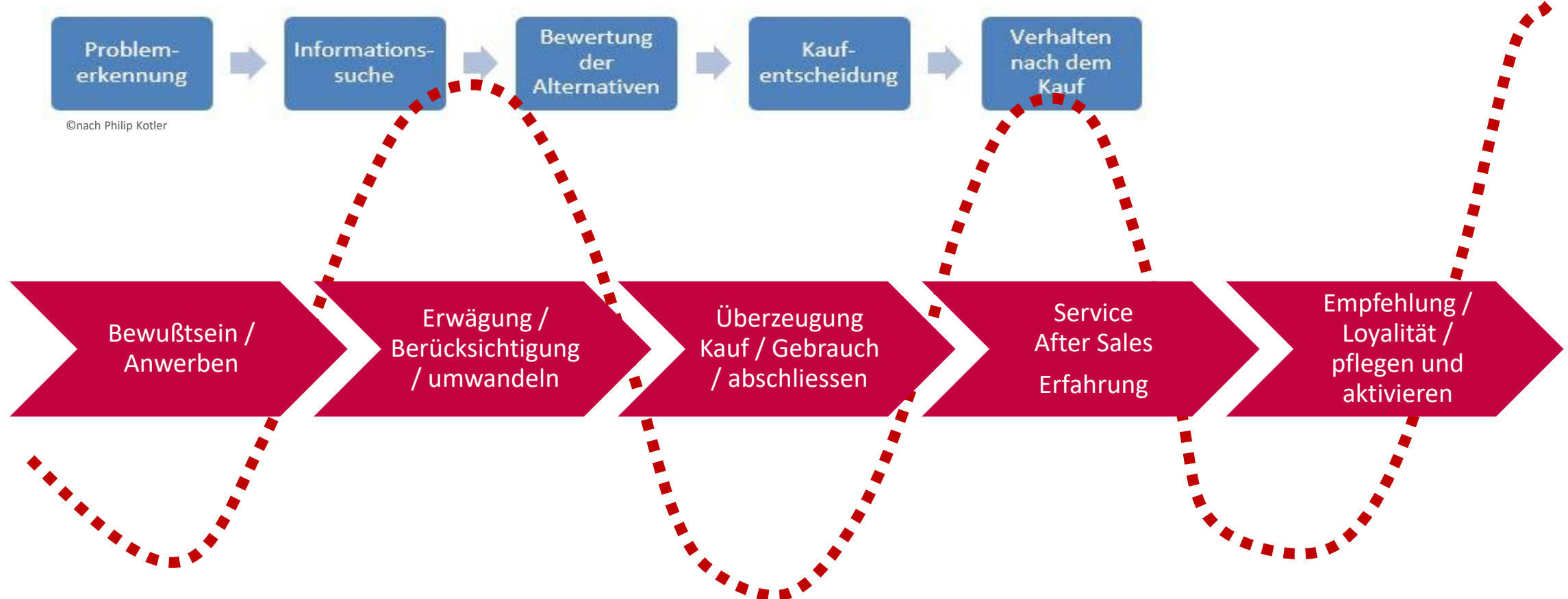


MARKETING IST...

- ■ ■ MARKTORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG.
- ■ ■ VOR ALLEM, DEM INTERESSENTEN UND KUNDEN ZUZUHÖREN.
- ■ ■ DIE AUSEINANDERSETZUNG MIT EMOTION UND RATIO.
- ■ ■ AUCH EINE DIGITALE DISZIPLIN.
- ■ ■ PROBIEREN, PROBIEREN, PROBIEREN.

KAUFENTSCHEIDUNG UND PHASEN DER KUNDENREISE

... ODER „WARUM ICH MARKETING BRAUCHE“



WER IST MEIN ZUKÜNFTIGER KUNDE?



**NAMEN
ERSCHEINUNGSBILD / LOGO
DOMAIN**

product

**EIN PRODUKT ODER
EINE DIENSTLEISTUNG**

price

**EINEN PREIS UND
KONDITIONEN**

Um sich zurecht zu finden, bedarf es Struktur.

MEIN UNTERNEHMEN BRAUCHT MARKETING

promotion

**BEKANNTHEIT UND
BEWERBUNG**

place

EINEN VERKÄUFER

EIN BUDGET

**DENKEN SIE IN MARKE.
SCHAUEN SIE AUF IHREN WETTBEWERB.
SAMMELN SIE ALLE INFORMATIONEN.
FRAGEN SIE FREUNDE UND BEKANNTE AUS.
RECHERCHIEREN & FOCUSSIEREN**

product
**MEETOO ODER ALLEINSTELLUNG?
WIE FUNKTIONIERT MEIN ANGEBOT?
MEINE VORTEILE, DIE ANDERE NICHT HABEN.
SIE SIND IHR EIGENER PRODUKTMANAGER
RECHERCHIEREN UND FOCUSSIEREN**

price
**BILLIGER JAKOB ODER PREMIUM?
WIE PLATZIERE ICH MICH IM WETTBEWERB?
WELCHE KONDITIONEN BIETE ICH AN?
WAS SIND MEINE SERVICELEISTUNGEN WERT?
RECHERCHIEREN UND FOCUSSIEREN**

Um sich zurecht zu finden, bedarf es Struktur.

MEIN UNTERNEHMEN BRAUCHT MARKETING

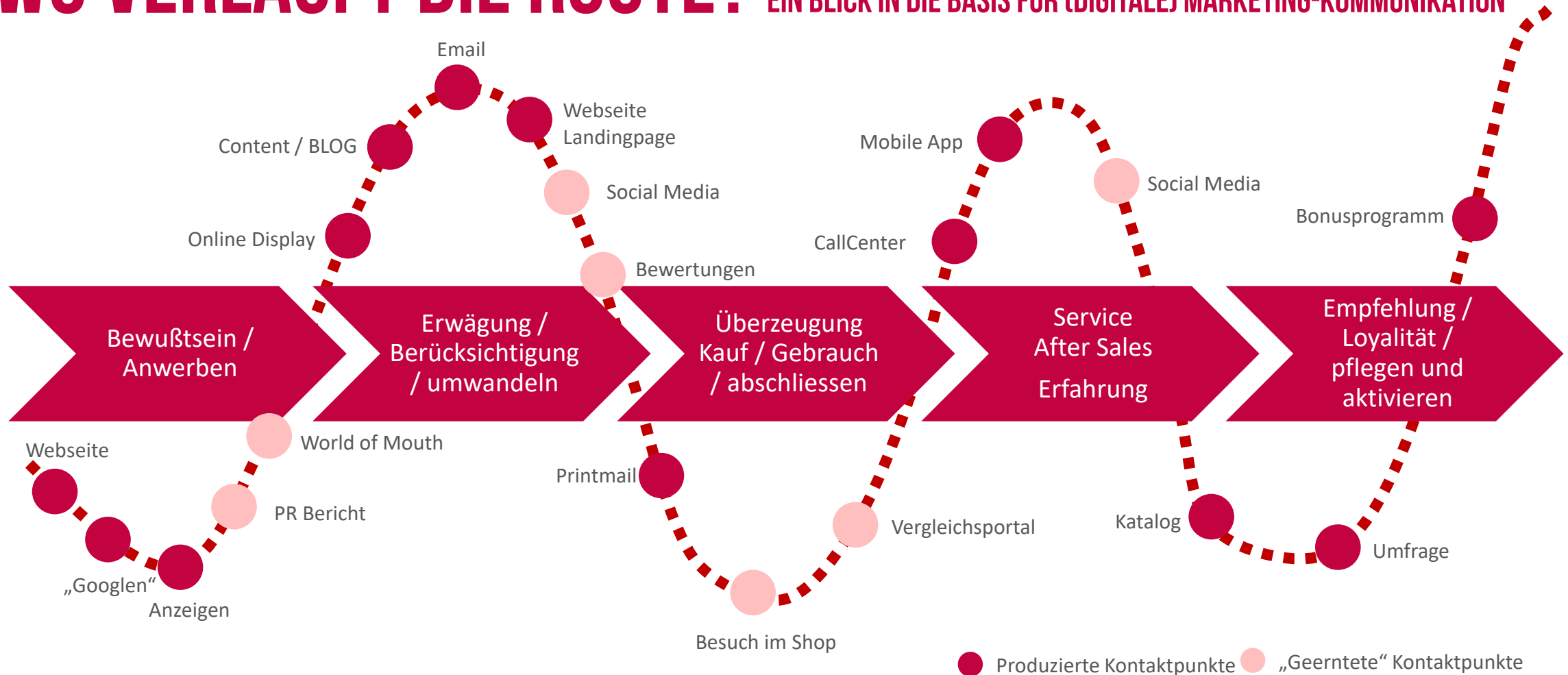
promotion
**LUSTIG ODER LAUT?
WIE ERFAHREN DIE KUNDEN VON MIR?
WIE PRÄSENTIERE ICH MEIN ANGEBOT?
MUSS ICH GESCHICHTEN ERZÄHLEN?
WIE FINDE ICH DIE BESTEN IDEEN?**

place
**DIREKT ODER INDIREKT?
ONLINE ODER STATIONÄR?
REGIONAL ODER INTERNATIONAL?
... ODER JEWEILS BEIDES ?**

MAKE OR BUY?

WO VERLÄUFT DIE ROUTE?

EIN BLICK IN DIE BASIS FÜR (DIGITALE) MARKETING-KOMMUNIKATION



VIEL ERFOLG BEI DER GRÜNDUNG.

Bei Rückfragen:
harald.schein@aventho.de