

Die Überzeugungsspirale:

Marketing im Dialog.

Wir entwickeln gemeinsam ein Kommunikationskonzept.

**Ernst M. Benner**

## Definition Dialogmarketing:

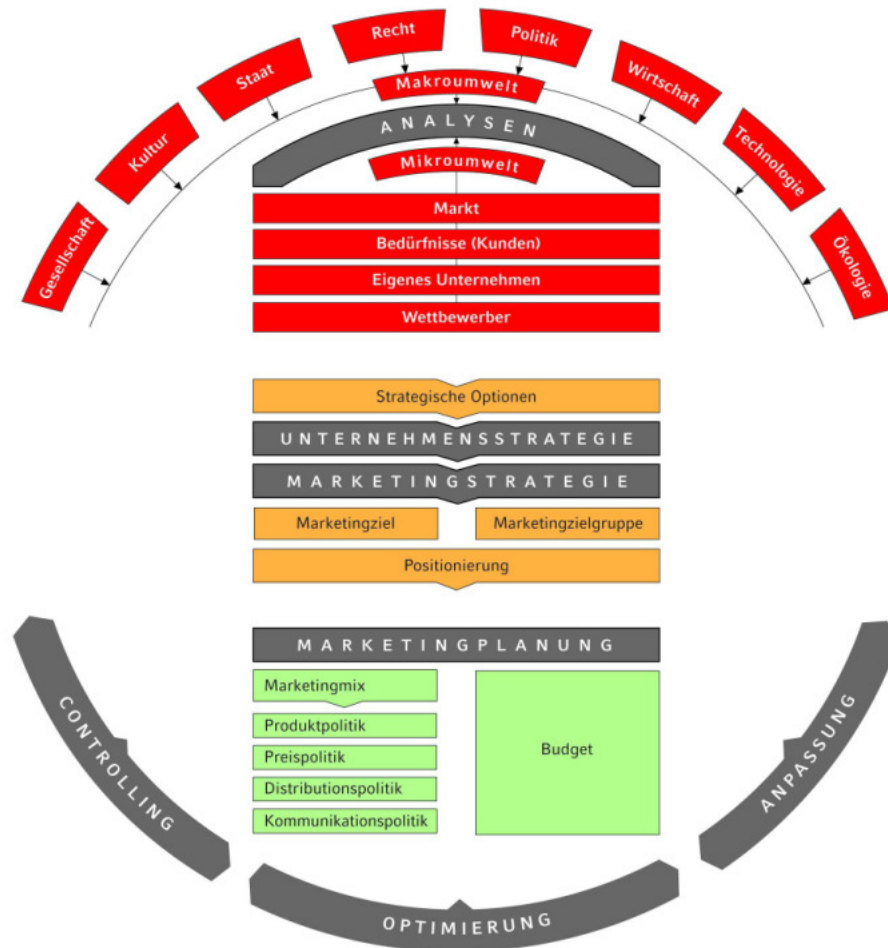
Dialogmarketing umfasst alle Marketingaktivitäten, bei denen Medien mit der Absicht eingesetzt werden, eine interaktive Beziehung zu Zielpersonen herzustellen, um sie zu einer individuellen, messbaren Reaktion zu veranlassen.

**DDV**

# Die Entwicklung des Dialogmarketing

- ab 1860 Die Ur-Idee entsteht (Harrods, Lears & Roebuck)
- um 1950 Direkter Verkauf
- um 1960 Direktmailing, automatische Adressverwaltung
- um 1970 Telefonmarketing
- um 1980 Database
- um 1990 Integrated Direct Marketing
- um 2000 Ganzheitliches Kundenmanagement-Konzept
- um 2003 SMS, E-Mail, Internet. Multichannel Marketing

# Der Management-Prozess des Marketing



## Die Analyse: Bedürfnisse und Umfeld erkennen.

### Makroumwelt

#### Gesellschaft und Kultur, z.B.:

- Entwicklung
- Wertewandel
- Verbraucherbewusstsein
- Bio
- Convenience
- etc.

#### Staat, Recht und Politik, z.B.:

- Rahmenbedingungen
- Gesetzeslage
- Aktuelle Diskussionen
- Besondere Ereignisse
- etc

# Die Analyse: Bedürfnisse und Umfeld erkennen.

## Makroumwelt

### Wirtschaft, z.B.:

- Situation und Tendenzen
- Konjunkturlage und Planung
- Arbeitsmarkt
- Wettbewerbspolitik
- Entwicklung Konsum
- etc.

### Technologie, z.B.:

- Internetnutzung, Onlineverhalten
- Datenmanagement
- etc.

### Ökologie, z.B.:

- Stimmung
- Fakten

## Die Analyse: Bedürfnisse und Umfeld erkennen.

### Mikroumwelt

#### Markt:

- Potential
- Situation

#### Eigenes Unternehmen, z.B.:

- Marktstellung
- Stärken/Schwächen

#### Bedürfnisse (Kunden)

- Zielgruppen
- Wünsche

#### Wettbewerber, z.B.:

- Situationsüberprüfung
- Aktivitätsüberprüfung

# Die Marketingstrategie

## Marketingziel:

- Unternehmensziel
- Hauptziel
- Teilziel

## Marketingzielgruppe:

- Bestehende Zielgruppe
- Neue Zielgruppe

## Positionierung:

- Source of business
- Consumer benefit
- Reason why
- USP

# Die Marketingplanung

Der Marketinguse

Produkt

Preis

Distribution

Kommunikation

(Budget)

Fortlaufend

Controlling

Optimierung

Anpassung

Und jetzt geht's los.....