

Onlinekredite superbillig

Sichere Finanzierung, fester Zins & flexible Raten. Online beantragen!

Google-Anzeigen

[Meldung ohne Anzeigen?](#)

Marketing macht den Unterschied – gerade bei Investitionsgütern

Kunden kommen nicht [oder wenigstens selten] ganz von alleine. Nur zielgerichtete und konsequente Marketingbemühungen auf allen verfügbaren Märkten, allen verfügbaren Wegen und mit herausragendem Kundennutzen bringen Wachstum und Stabilität.

(News4Press.com) Nach wie vor gilt das ‚AIDA‘-Prinzip:

A = Attention = Aufmerksamkeit erregen, I = Interest = Neugier wecken, D = Desire = Wunsch nach Besitz erzeugen und A = Action = den potentiellen Kunden/Interessenten zur Aktion auffordern, d. h. UNS auf den verfügbaren Wegen anzusprechen.

In rezessiven Phasen zeigt sich der Wert einer guten Marketingarbeit: Die Abhängigkeit von speziellen Marktsegmenten und / oder regionalen Märkten oder Kunden ist relativ gering. Der Unternehmer und die Angestellten können ruhiger schlafen und gleichzeitig ist dafür gesorgt, dass beim erneuten ‚Anspringen‘ der Wirtschaft/des jeweiligen Marktes das Unternehmen ‚dabei‘ ist, da es nie wirklich weg war.

Dafür stehen eine Reihe von – auch relativ preiswerten – Möglichkeiten zur Verfügung, egal ob gut auffindbare Webseiten, Newsletter, Teilnahme an Diskussionsgruppen und sozialen Netzwerken, regelmäßigen Presseberichten in kostenfreien Portalen im Internet, technischen Berichten auf derartigen Seiten, u. v. a. m.

Die Schlüsselwörter hier sind: ‚zielgerichtet‘ - ‚konsequent‘ - ‚kundenorientiert‘.

Der Ausgangspunkt aber ist immer, dass man seine potentiellen Kunden überall – d. h. in allen für die Produkte interessanten Regionen der Welt, dort den jeweiligen Marktsegmenten und Wirtschaftsbereichen, usw., und auch ihre ‚Bedürfnisse‘ - erst einmal kennt/herausfindet, analysiert und dann weitestgehend erfüllt - d. h. z. B. auch wer sind deren Kunden, wie kann ich diesen also helfen auf ihren Märkten wiederum Erfolg zu haben, u. v. a. m.

„Wer anderen zum Erfolg verhilft, hat selbst Erfolg“ „Denk‘ Du an andere, dann denken sie an Dich“.

Die Wirtschaft läuft weiter und auch die Produkte der verschiedensten Hersteller werden nach wie vor benötigt. Lediglich die Kauffrequenz und damit natürlich auch die Preiselastizität lassen nach.

Produkte, die aber den Wunsch/Bedarf des Kunden erfüllen oder sogar übererfüllen – sei es über eine Garantie, besondere Ausstattungsmerkmale, die ihm wiederum beim Verkauf seiner Erzeugnisse bei seinen Kunden helfen, d. h. also umfassende Nutzung der eigenen Kernkompetenzen, usw. – sind auch zu vernünftigen Preisen nach wie vor verkäuflich.

Wie gesagt: Die Wirtschaft bricht ja nicht weltweit total zusammen. Sogar Autos werden weiterhin gekauft – auch ohne Unterstützung-, nur müssen sie einige Parameter erfüllen: Preis-‘wert‘ sein, bestimmte Umweltstandards erfüllen, einen möglichst geringen Verbrauch, einen ordentlichen

Bewertung:

26 Punkte

Ist die Meldung interessant?

Ja

Nein

Autor:

54 Meldungen!

Power Interest: Sehr Gut!

Power Click: 4661 Klicks

158537 Seitenimpressionen

RSS

[Media-Center](#)

www.marketing-und-vertrieb-international.com/

Google-Anzeigen

Kredit ab 3,45%

Kredit - Die Testsieger Kredite im Vergleich bis zu 100.000€, ab 3,45% www.Geld.de/Teststieger_Kredite

Billige Kredite ab 3,45%

Kredite: für 10.000€ ab 129€/Monat! Alle Kredite kostenlos im Vergleich www.Kredit.de/Kredite-Vergleich

100% Kredit-Auszahlung

Geld, sofort aufs Konto vermittelt Ohne Gebühren, auch ohne Schufa www.delta-credit.de

Faire Kredite ab sofort

ab 1000€ bis 100.000€ möglich schnelle und kostenlose Bearbeitung kredite.sqweebs.com

Pressemitteilung Gratis

Ihre Meldungen bei GoogleNews - Jetzt kostenlos veröffentlichten www.Online-Artikel.de

Wiederverkaufswert und generell ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis bieten, und anderes individuelles mehr. Hier zeigt sich, wer an die Technik UND die Käufer gedacht hat.

Man sollte sich also eher die Frage stellen, warum z. B. der Marktanteil ausländischer Fahrzeuge wächst, obwohl es (scheinbar) gute Inlandsprodukte gibt. Die Lösung finden Sie in den vorgenannten Parametern versteckt.

Hier muss nun einfach wieder Kajo Neukirch, bekannter Unternehmensberater, zu Wort kommen: "Wir sind Unternehmer, keine Unterlasser".

WIR müssen also etwas tun – falls noch nicht geschehen - und aktiv werden. Eine Möglichkeit der eigenen Überprüfung bietet z. B. der Bereich 'Testen Sie Ihr Marketing' auf der Webseite.

Autor:

Michael Richter - Internationaler Marketing- und Vertriebsberater - befasst sich seit mehr als 35 Jahren mit der strategischen Marketingplanung und Vermarktung der verschiedensten Investitionsgüter und langlebigen Gebrauchsgüter auf allen 5 Kontinenten. Diese Kenntnisse und Erfahrungen bietet er seinen weltweiten Kunden an und macht sie in Marketing und Vertrieb erfolgreicher> - insbesondere KMU.

Daneben bietet er praktische Unterstützung, Coaching oder Firmenseminare an.

Michael Richter - Internationa

Michael Richter

Hauptstrasse 27

88422 Seekirch

Tel: +49(0)7582-933371

Fax: +49(0)7582-933372

michael.richter@marketing-und-vertrieb-international.de