

ScoreLetter Nr. 26 (Ausgabe Dezember 2005)

Liebe Marketinginteressierte

Der ScoreLetter erscheint vierteljährlich, kostet nichts und kann jederzeit abbestellt werden. Er erscheint seit August 2001, behandelt Themen rund um Marketing, Verkauf, Werbung und Internet und erreicht zur Zeit rund 1'166 marketinginteressierte Leserinnen und Leser, vorwiegend aus der Schweiz, aber auch aus Deutschland und Österreich.

1. Einführung
 2. Netzwerkmarketing «Bessere Botschafter gibt es nicht»
 3. Werbefriefe «Einfach, kurz und verständlich»
 4. Personalmarketing «Sich selber vermarkten, aber richtig»
 5. Marketingplanung «Gut geplant ist besser investiert»
 6. Jubiläumswettbewerb – die Gewinner
 7. Die WissensBox
 8. Ausblick auf den ScoreLetter Nr. 27
-

1. Einführung

Im letzten ScoreLetter haben wir Sie gebeten, uns Ihre Kritik zu unserem Newsletter zu senden. Gegen einhundert Mails sind eingetroffen, die meisten davon mit Lob, einige wenige aber auch mit Kritik, respektive mit konstruktiven Verbesserungsvorschlägen.

Einige davon haben wir bereits in diesem Newsletter umgesetzt. So haben wir beispielsweise die Schrift im PDF sowie die Darstellung übersichtlicher gemacht und die Interaktivität verbessert.

Zur Zeit sind wir daran, ein Newsletter-Modul zu evaluieren und zu testen, das uns ein Versand per HTML ermöglicht. Das HTML-Format hat den grossen Vorteil, dass der Newsletter gestaltet und dem Corporate Design von Score Marketing angepasst werden kann. Das würde ihn attraktiver und noch übersichtlicher machen. Auf der anderen Seite wird das HTML-Format sehr oft von Firmen-Firewalls nicht akzeptiert, respektive als Spam ausgefiltert und dies ist definitiv weder im Sinn der Empfänger, die sich übrigens alle weitgehend selber eingetragen haben, noch in unserem Sinn.

2. Netzwerkmarketing «Bessere Botschafter gibt es nicht»

Dank Internet schrumpft die Welt jeden Tag ein bisschen mehr. Netzwerke verbinden Menschen in den unterschiedlichsten Winkeln der Welt, bahnen (kontinentübergreifende) Kontakte an und schaffen so unglaubliche Chancen. Fruchtbarer Boden für professionelles Netzwerk-Marketing.

Netzwerk-Marketing ist eine Form des Direktvertriebs und eignet sich vorzüglich für KMU ohne eigene oder mit einer kleinen Verkaufsorganisation. Dabei wird darauf gesetzt, dass Kunden und Personen aus dem Umfeld des Unternehmens das Produkt oder die Dienstleistung in ihrem Umfeld empfehlen und so als Botschafter und somit auch als Verkäufer für das Unternehmen auftreten. In der Regel machen sie dies kostenlos und aus Überzeugung.

Das Ziel ist ein dynamisches Wachstum der Vertriebsorganisation bzw. die Verkaufsförderung (durch Mund-zu-Mund-Empfehlung der Partner und Kunden) bei gleichzeitiger Einsparung von traditionell sehr hohen Werbe- bzw. Marketing-Kosten.

Hier geht es zum ganzen Beitrag, den Sie kostenlos per PDF erhalten:

<http://www.scoremarketing.ch/WissensBox/pdfs/lesenswert/netzwerkmarketing-org0503.pdf>

3. Werbebriefe «Einfach, kurz und verständlich»

Werbebriefe müssen den Empfänger dazu bringen, ein darin angebotenes Produkt oder eine vorgestellte Dienstleistung spontan zu bestellen oder zumindest sich aktiv dafür zu interessieren. Es braucht nur wenig Know-how, damit Mailings attraktiver, griffiger und verkaufstärker gemacht werden können.

Unter Direkt-Marketing wird ein gezieltes Ansprechen von Kundengruppen verstanden, um mit ihnen einen Dialog über Raum und Zeit aufzubauen. Der moderne und treffendere Ausdruck für das gleiche Kommunikationsinstrument lautet «Dialog-Marketing», denn im Zentrum der Anstrengungen steht der Dialog mit der avisierten Zielgruppe – quasi ein Verkaufsgespräch per Brief.

Hier können Sie den Beitrag kostenlos herunter laden:

<http://www.scoremarketing.ch/WissensBox/pdfs/lesenswert/werbebriefe-org0509.pdf>

4. Personalmarketing «Sich selber vermarkten, aber richtig»

In diesem Beitrag geht es um die persönliche Vermarktung, zum Beispiel bei der Suche nach einer neuen Stelle. Jede Person ist einzigartig. In vielen Bewerbungsunterlagen und -gesprächen kommt dies aber nur ungenügend zum Ausdruck. Sie gleichen sich oft wie ein Ei dem anderen und bringen die

Persönlichkeit und die Stärken des Bewerbenden nur ungenügend zum Ausdruck. Aber gerade bei der Arbeitssuche zahlt es sich aus, sich über sein persönliches Marketing Gedanken zu machen und sich von einer Fachperson beraten und begleiten zu lassen.

Interessiert – hier geht es zum ganzen Beitrag:

<http://www.scoremarketing.ch/WissensBox/pdfs/lesenswert/stellenmarkt,0509.pdf>

5. Marketingplanung «Gut geplant ist besser investiert»

«Werbung kostet nur und bringt nicht viel» hört man immer wieder aus den Reihen von KMU. Dies überrascht nicht, denn oft werden Anfang Jahr ein paar einzelne Inserate geplant und geschaltet. Damit hat sich's. – Fest steht: Ohne Konzept wird niemand seine Ressourcen erfolgreich einsetzen können.

Es liegt auf der Hand, dass komplexe Aufgabenstellungen – und dazu gehört der Marketing-Plan / das Marketing-Konzept – eine systematische und nachvollziehbare Planung nötig machen. Das Konzept bietet den nötigen Raster für einen pragmatischen Ansatz. Es ist ein umfassender, nachvollziehbarer Lösungsansatz, dessen Weg (Strategie) zur Zielerreichung die Grundlage der nötigen Handlungen darstellt und diese in einem schlüssigen Plan zusammenfasst.

Möchten Sie mehr Infos - hier geht es zum Beitrag per PDF:

<http://www.scoremarketing.ch/WissensBox/pdfs/lesenswert/marketingplanung-org0205.pdf>

6. Jubiläumswettbewerb – die Gewinner

Die Beteiligung an unserem Jubiläumswettbewerb war erfreulich gross. Aus den gegen einhundert Einsendungen hat unsere Glücksfee die fünf Gewinner mit verbundenen Augen gezogen. Selbstverständlich war bei der Ziehung eine neutrale Vertrauensperson anwesend und hat das Prozedere überwacht.

An dieser Stelle danken wir nochmals herzlich unseren Preissponsoren: Der Airline Helvetic.com sowie dem Book und Mediashop in Zürich.

Hier erfahren Sie die Namen der glücklichen Gewinner:

<http://www.scoremarketing.ch/alt/wettbewerb.htm>

7. Die WissensBox

In der WissensBox auf unserer Webseite finden Sie vier Bereiche mit kostenlosem und interessantem Inhalt:

- ScoreLetter
- Archiv der vergangenen Newsletter
- Lesenswert
- Fachbeiträge zu Marketingthemen
- Wissenswert
- Präsentationen, Checklisten und vieles mehr
- Links
- Links zu Marketingthemen

Stöbern Sie darin herum und empfehlen Sie den Link bei Gefallen weiter:

<http://www.scoremarketing.ch/WissensBox/default.htm>

8. Ausblick auf den ScoreLetter Nr. 27

Der nächste Score-Letter erscheint am 8. März 2006. Das Thema lautet voraussichtlich «Kundenbindung bei KMU».

Wir behalten uns vor, das Thema kurzfristig dem aktuellen Marketinggeschehen anzupassen.

Haben Sie ein Wunschthema, das Sie aufbereitet haben möchten - dann melden Sie uns dieses. Ihr Interesse und Initiative belohnen wir mit einem Geschenk.

Senden Sie uns ein Mail oder rufen Sie uns an:

<mailto:info@scoremarketing.ch>

Wenn Sie zukünftig auf den Score-Letter verzichten möchten, klicken Sie auf diesen Link: <delete>

Wenn Sie uns den Grund dazu per Mail mitteilen oder uns an Ihre Freunde / Bekannte oder Geschäftspartner weiterempfehlen, sind wir Ihnen sehr dankbar.

Für Fragen und Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf jeden Input und Reaktion von unseren Leserinnen und Lesern.

Score Marketing
Analysieren. Planen. Umsetzen.
Bergstrasse 96
CH - 8712 Stäfa

Telefon +41 (0)44 928 32 00

Fax +41 (0)44 928 32 01

E-Mail <mailto:info@ScoreMarketing.ch>

Internet <http://www.ScoreMarketing.ch>