

Kleines Budget – große Wirkung

Marketing für KMU

Die Situation

Sie machen die Erfahrung, dass traditionelle, meist teure Werbemaßnahmen zunehmend weniger fruchten. Obwohl Sie immer mehr Geld in Ihr Marketing stecken, bleibt die Resonanz häufig hinter den Erwartungen zurück. Und deshalb fragen Sie sich, ob man das Thema nicht einmal ganz anders angehen könnte ...

Die Inhalte

- Erfolgreiches Marketing durch klare Positionierung
- Persona- vs. Zielgruppenmarketing
- Perspektivenwechsel: Wie sieht uns der Kunde?
- Kundendialog statt Kundenmanagement: Wie das Web 2.0 die Kundenbeziehungen revolutioniert
- Marketinginstrumente für kleine Budgets: Business Blogs, PR, Netzwerke und Kooperationen
- Viele Praxisbeispiele vom Kleinunternehmen bis zum Nischentiger

Der Nutzen

- Sie lernen eine Vielzahl von Möglichkeiten kennen, wie Sie auch mit einem überschaubaren Marketingbudget neue Kunden gewinnen und für Ihr Angebot begeistern.
- Sie entwickeln realistische Ziele für Ihr Marketing in den nächsten 12 Monaten und erarbeiten erste Eckpunkte einer individuellen Marketingstrategie für Ihr Unternehmen.

Thema

Verkaufsförderung

Zielgruppe

Inhaber und Geschäftsführer kleiner und mittlerer Unternehmen, Marketingverantwortliche und Freiberufler

Teilnehmerzahl

Zehn bis 20 Teilnehmer

Dauer

Zwei Tage

