

# **DIENSTLEISTUNGS - MARKETING - MANAGEMENT**

## **INFO - TOOLS**

**AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS**

# **DIENSTLEISTUNGS- MARKETING - MANAGEMENT**

∞ **AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS** ∞  
**INFO - BLOCK 1**

## **MARKTORIENTIERTES DENKEN UND HANDELN**



### **Voraussetzung für qualifiziertes Dienstleistungs - Marketing**

- ∞ **Märkte in Wandel**
- ∞ **Die Evolution des Markt - Management**
- ∞ **Future Marketing**
- ∞ **Mimetisches Marketing**
- ∞ **Visionäres Marketing für visionäre Märkte**
- ∞ **Marketing - Tools, Methoden und Instrumente aus der Marketing  
- Werkstatt des Multi - Dimensionalen - Marketings**

**MU DI MARC**<sup>®</sup>

***MULTI - DIMENSIONALES - MARKETING - CONCEPT***

### **EIN ÜBERBLICK**

- ∞ **Markt - Analyse und Segmentierung - Voraussetzung für ziel-orientiertes, marktorientiertes Vorgehen**
- ∞ **Strategische, marktorientierte Zielfindungs - Prozesse**
- ∞ **Strategische, marktorientierte Entscheidungsfindungs - Prozesse**
- ∞ **Marketing - Mix - Module im Überblick mit praktischen Beispielen**

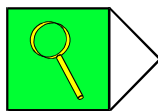
# DIENSTLEISTUNGS- MARKETING - MANAGEMENT

∞ AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS ∞  
INFO - BLOCK 2

## MARKTORIENTIERTES DENKEN UND HANDELN



**Marketing - tools mit Fallbeispielen für zukunftsorientiertes  
Dienstleistungs - Marketing**



MARKET /  
CUSTOMER  
Analysis



MARKET /  
CUSTOMER  
Segmentation

MU DI MARC®

*MULTI - DIMENSIONALES - MARKETING - CONCEPT*

∞ **Markt-Analyse**

**Methoden und tools der Markt-Analyse**

**z.B. Potential-Analyse und Wettbewerbs-Analyse**

∞ **Markt-Segmentierung**

**z.B. nach Regionen und Kaufkraft**

∞ **Aufgabe und Vorteile von Markt-Analysen und Markt-Segmentierung für die Entwicklung alternativer Markt-Strategien**

∞ **Markt- und Wettbewerbs-Transparenz als Voraussetzung für die Entwicklung fundamentaler Strategie-Konzeptionen und unternehmerischer, marktorientierter Zielvereinbarungen**

# Dienstleistungs- MARKETING - MANAGEMENT

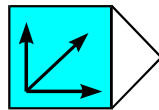
∞ AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS ∞

INFO - BLOCK 3

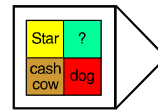
## MARKTORIENTIERTES DENKEN UND HANDELN



**Marketing - tools mit Fallbeispielen für zukunftsorientiertes  
Dienstleistungs - Marketing**



STRATEGIC  
OBJECTIVES



STRATEGIC  
DECISIONS

**MU DI MARC**<sup>®</sup>

*MULTI - DIMENSIONALES - MARKETING - CONCEPT*

⇒ **Entwicklung alternativer Markt - Strategien**

- z.B. ∞ **Marken - Politik**  
 ∞ **Neue Dienstleistungen und deren USP, CSP, EVP**  
 ∞ **Alternative Dienstleistungs - Programme**  
 ∞ **Preis - Strategien**  
 ∞ **Alternative Kommunikations - Strategien**
- ↳ **Kommunikations - Cocktail**
  - ↳ **Anzeigen - Werbung mit Response**
  - ↳ **Direct - Marketing**
  - ↳ **Dialog - Kommunikation**
  - ↳ **PR - Arbeit**
  - ↳ **Kundenbindungs - Programme**

∞ **Methoden und Hilfsmittel für Entscheidungsfindungs - Prozesse  
alternativer Markt - Strategien**

# Dienstleistungs- MARKETING - MANAGEMENT

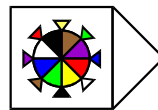
∞ AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS ∞

INFO - BLOCK 4

## MARKTORIENTIERTES DENKEN UND HANDELN



**Marketing - tools mit Fallbeispielen für zukunftsorientiertes  
Dienstleistungs - Marketing**

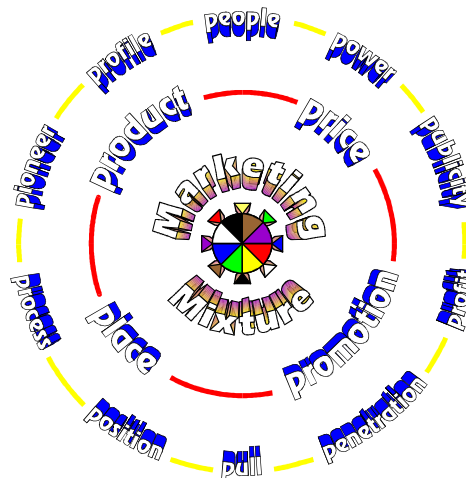


MARKETING  
MIXTURE

**MU DI MARC**<sup>®</sup>

*MULTI - DIMENSIONALES - MARKETING - CONCEPT*

**DIE MARKETING - MIX - MODULE 14 P's**



DER MARKETING - MIX -COCKTAIL MIT DEN NOTWENDIGEN ZUTATEN

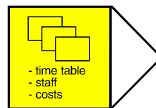
# Dienstleistungs- MARKETING - MANAGEMENT

∞ AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS ∞  
INFO - BLOCK 5

## MARKTORIENTIERTES DENKEN UND HANDELN



**Neueste Trends für regionales, nationales und internationales Marketing**



PLAN OF  
IMPLEMEN-  
TATION

**MU DI MARC**<sup>®</sup>

*MULTI - DIMENSIONALES - MARKETING - CONCEPT*

∞ **Ausblick**

∞ **Erfolgreiche Implementierungsmöglichkeiten, Methoden und Instrumente**

