



marim consult
business consultancy for professionals



Targeted Marketing Campaign

Expand Sales in New Segments
Nieder-Olm, August 2018

AGENDA

Targeted Marketing Campaign to expand sales in new segments

- CLASSICAL MARKETING CAMPAIGN
- COMPETITIVE ADVANTAGES
- TARGETED MARKETING ADVANTAGE
- TARGETED MARKETING APPROACH
- TARGETED MARKETING – THE 8 STEPS
- Q&A
- CONTACT

CLASSICAL MARKETING CAMPAIGN

It's a bit like the old way of shooting down an enemy aircraft. Hopefully you will get him....

What does the normal marketing campaign deliver ?

- It c
- wh
- It c
- dif
- me
- It's
- mo
- It c
- ne



people
akes it
nfuriates
eal

COMPETITIVE ADVANTAGES

This must be a significant competitive advantage for their customer

The segments should not just be ones which are convenient to you, but ones which allow you to target the market:

- Are they...
- Can they...
- Should they...
- Can they...

Interesse?

Nehmen Sie Kontakt auf!

Info (@) marim.de

TARGETED MARKETING ADVANTAGES

Need to know your customer and the advantages of the their markets

To summarize, the advantages of targeted marketing are:

- Attention which being
- You can target your customers up a
- You can meet their needs
- You can build a relationship
- By offering products as t

Interesse?
Nehmen Sie Kontakt auf!
Info (@) marim.de

area,
campaigns

ative
gently build

to their

etitors,
on price
margins

TARGETED MARKETING APPROACH

You need new
customers!

To whom, where
and how you are
addressing?

When can this targeted marketing approach
be used?

- You have a large number of customers here
- You have a large number of contacts
- You have a large number of applications
- You have a large number of volunteers
- You have a large number of ways to reach them simply

Interesse?
Nehmen Sie Kontakt auf!
Info (@) marim.de

to a wide
efined
ss)
an to retail
g different
€ ???,??
got a
: some
say, a
sor)

TARGETED MARKETING

The 8 stages of
targeted marketing

Follow the line and ensure each step:

1. Selection of key target market sectors: identifying
what business with
2. List of potential customers
3. Telephone information
gain any
supp the mailing
list
4. Pro telephone
respects
and sub-list for
this particular training

Interesse?

Nehmen Sie Kontakt auf!

Info (@) marim.de

TARGETED MARKETING

The 8 stages of
targeted marketing

Follow the line and ensure each step:

5. Mailshot sending out a letter and appropriate sales
lite

6. Tel
wh
ord
obj

7. Rec
wh
to t

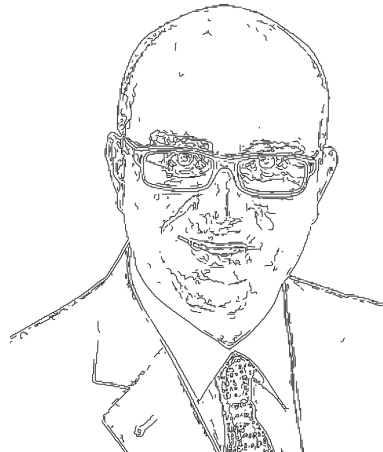
8. Sha
customers and ensure business excellence by training

Interesse?

Nehmen Sie Kontakt auf!

Info (@) marim.de

CONTACT



Markus J Neuhaus M.A.
EPM, GB, CSP
T: +49.6136.953954
M: +49.151.6512885
markus.neuhaus (a) marim.de



marim consult
business consultancy for professionals



DISCLAIMER / HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Haftung für Inhalte

Die auf Seiten dargestellten Beiträge dienen nur der allgemeinen Information und nicht der Beratung in konkreten Fällen. Wir sind bemüht, für die Richtigkeit und Aktualität aller in der Präsentation enthaltenen Informationen und Daten zu sorgen. Für die Korrektheit, Vollständigkeit, Aktualität oder Qualität der bereitgestellten Informationen und Daten wird jedoch keine Gewähr übernommen.

Die Haftung für den Inhalt der abrufbaren Informationen (Haftung für Links) wird ausgeschlossen, soweit es sich nicht um vorsätzliche oder grob fahrlässige Falschinformation handelt. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben hiervon unberührt. Eine diesbezügliche Haftung ist jedoch erst ab dem Zeitpunkt der Kenntnis einer konkreten Rechtsverletzung möglich. Bei Bekanntwerden von entsprechenden Rechtsverletzungen werden wir diese Inhalte umgehend entfernen.

Haftung für Links

Wir sind für den Inhalt von Webseiten, die über einen Hyperlink erreicht werden, nicht verantwortlich. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Wir machen uns die Inhalte dieser Internetseiten ausdrücklich nicht zu eigen und können deshalb für die inhaltliche Korrektheit, Vollständigkeit und Verfügbarkeit keine Gewähr leisten. Wir haben bei der erstmaligen Verknüpfung zwar den fremden Inhalt daraufhin überprüft, ob durch ihn eine mögliche zivilrechtliche oder strafrechtliche Verantwortlichkeit ausgelöst wird. Wir sind aber nicht dazu verpflichtet, die Inhalte, auf die wir unserem Angebot verweisen, ständig auf Veränderungen zu überprüfen, die eine Verantwortlichkeit neu begründen könnten. Erst wenn wir feststellen oder von anderen darauf hingewiesen werden, dass ein konkretes Angebot, zu dem wir einen Link bereitgestellt haben, eine zivil- oder strafrechtliche Verantwortlichkeit auslöst, werden wir den Verweis auf dieses Angebot aufheben, soweit uns dies technisch möglich und zumutbar ist.

Urheberrecht

Die auf diesen Seiten erstellten Logos, Inhalte und Werke unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Sämtliche Beiträge Dritter sind als solche gekennzeichnet. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedürfen der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Autors bzw. Erstellers. Kopien von diesen Seiten sind nur für den privaten Bereich gestattet, nicht jedoch für kommerzielle Zwecke.