

Sieben Thesen zur Zukunft in Marketing und Verkauf

1. direkt wirtschaftlich erfolgreiche Kundenkommunikation findet künftig über **elektronische Interfaces** statt
2. der **Kunde** entscheidet über die **Regeln des Dialogs**
3. Unternehmen werden Herr und Herausgeber ihrer eigenen Kommunikationspolitik über die **gesamte Wertschöpfungskette** der Kundenkommunikation von der Produktion über die Distribution bis zum Empfänger
4. bisherige Kommunikationsmittler wie Verlage, TV-Sender und Dialogmarketingunternehmen **verlieren** an Bedeutung
5. **extrem kostengünstige Kommunikationskanäle** werden das Customer Relationship Management kurzfristig wesentlich effizienter machen
6. Unternehmen, **die die neuen Formen** der Kundenkommunikation gesammelt beherrschen, werden schon kurzfristig erfolgreicher sein
7. die **neue Art der Kundenkommunikation** führt zu weitreichenden positiven Auswirkungen auf die gesamte Kundenorientierung des Unternehmens

Auszug aus dem sehr empfehlenswerten Buch:

Effizientes Direktmarketing

„mit der richtigen E-Mail-Marketing-Strategie Absatz fördern, Kunden binden, Kosten senken



mehr unter: <http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3898422313/directmarkesu-21>