



directmarketing-support
www.directmarketing-support.ch

| | | | |
|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Shop | Prüfungshilfen | Musterlösungen | wichtige Links |
|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|

Wissenswertes für Marketingprofis, direct-letter No. 13

Einen **erfolgreichen Start** ins **2004**

Sie erhalten den **(happy)new(year)letter No. 13**



Es bleibt jetzt leider nicht mehr allzu viel Zeit, um sich auf die eidg. Prüfung vorzubereiten.

Wir wünschen Ihnen zum Endspurt eine effiziente Prüfungsvorbereitung und hoffen, dass wir Ihnen mit dem neuen Newsletter weitere **wertvolle Tipps** vermitteln können.

Viel Spass und Erfolg!

Jürg Kaltenrieder

Liestal, am Neujahrstag 2004

Ihre Vorteile - Themeninhalte

- 1. TOP 20 der Fallstudien-Lösungsmethodik**
> ein Highlight: strukturiert, pragmatisch, ein Dauerbrenner
- 2. Die Werbung der Zukunft**
> die neue Ernsthaftigkeit: Tiefgang statt Oberflächenreize
- 3. kurz angesurft**
> wichtige Links für Ihre Prüfungsvorbereitung
- 4. Tipp des Monats / Wettbewerb**
> unbedingt mitmachen und gewinnen... es lohnt sich!
- 5. 10 brandheisse Thesen im Directmarketing**
> (Tipp Nr. 8)
- 6. die beliebte Hall-of-Fame**
> Voranzeige und Prüfungsansporn

1. TOP 20 der Fallstudien-Lösungsmethodik

> ein Highlight: strukturiert, pragmatisch, ein Dauerbrenner

| | |
|--|--|
| 1. Zeitmanagement erstellen | 11. logisch nachvollziehbare Begründungen liefern |
| 2. Fragen lesen | 12. klare, prägnante Sprache verwenden (Marketingsprache) |
| 3. Fallstudie lesen - wichtiges markieren (Randnotizen machen) | 13. Systematik / Harmonie in Fall-Lösung bringen (roter Faden aufbauen) |
| 4. Fragen nochmals lesen | 14. sinnvolle, realistische Kreativität |
| 5. Problemsituation gut überlegen - dann schreiben | 15. alle Aufgaben lösen |
| 6. einfache Fragen sofort lösen (Zeitmanagement einhalten) | 16. für jede (Teil-)Aufgabe = neue Seite verwenden |
| 7. alles A4 quer schreiben | 17. wichtiges unterstreichen / markieren (mit verschiedenen Farben arbeiten) |
| 8. Raster verwenden | 18. Fallbezug immer herstellen (weniger Theorie - mehr Praxisbezug) |
| 9. Übersichtlichkeit gewährleisten | 19. keine Fall- oder Ähnlichkeitswiederholungen |
| 10. Logisch nachvollziehbare Begründungen liefern | 20. Detaillierungsgrad der Punktzahl anpassen |



noch mehr Tipps und Tricks sowie Musterlösungen zu eidg. Fallstudien unter: www.directmarketing-support.ch/musterloesungen.htm

2. Die Werbung der Zukunft

> die neue Ernsthaftigkeit: Tiefgang statt Oberflächenreize

Unterhaltung bis zum Geh- nicht-mehr einerseits,

Sinnkrise vom Topmanager bis zum Arbeitslosen andererseits:
Die Pleiten-Pech-und-Pannen-Gesellschaft sucht nach neuer Orientierung, nach Inhalten, nach Werten.

Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit sind gefragt.

Das alte Motto: "mehr Sein statt Schein" bekommt neue Bedeutung. Sinnvolles ist angesagt.

Der Leser und Zuschauer honoriert etwas Ruhe. Ist bereit zu etwas Reflexion.

Geht dem mit etwas Gehalt nicht mehr aus dem Wege. Das ist auch eine Chance für die Werbung, die im Kontrast zu den allseitigen schnellen Oberflächenreizen steht

Vorbildhaft vorweg nimmt das der englische Werbefilm für die **Zeitung "the independent"**, der den das Leben eingeschränkenden Katechismus der political and social correctness mit all seinen "don'ts" aufs Korn nimmt.

zu "don't think" die Aufnahme eines Soldaten, don't cry: ein Baby, don't be different: zwei Schwule, don't walk: eine Verkehrsampel, don't be fat: ein Hamburger, don't masturbate: eine WC-Türe etc.

Insgesamt 43 solche Verbote in diesem eindrücklichen Schwarz-Weiss-Film.

Endend auf einem Stoss Zeitungen (**don't buy**) und schliesslich darauf, dass einer The Independent liest und dazu: **don't read**.

die neue Ernsthaftigkeit:



englischer Werbefilm für die Zeitung "the independent"



die Serie wird fortgesetzt; mehr Werbung die auffällt unter: www.directmarketing-support.ch/aufgefallen.htm

3. kurz angesurft

> wichtige Links für Ihre Prüfungsvorbereitung!

| | |
|--|---|
| Musterlösungen Rechnungswesen | über 8 Lösungen zu eidg. Fallstudien sowie zusätzliche Aufgaben mit Lösungsansätzen für eine effiziente Prüfungsvorbereitung >> |
| Creativ-Postbox | Mailing, welche uns im Briefkasten besonders aufgefallen sind. Auch geeignet, um Ideen für die Lösungstechnik der Fallstudien zu generieren >> |
| Werbemarkt Schweiz | Wie verhält es sich mit dem Werbemarkt Schweiz? Was wurde in Sachen Werbung in der Schweiz ausgegeben? Welche Medien werden bevorzugt? Antworten unter >> |
| Checklisten für Marketingplaner | jede Menge weitere wertvolle Checklisten. directmarketing-support. TeilnehmerInnen profitieren von unserer TOP-Partnerschaft mit STS Marketing >> |

4. Tipp des Monats / Wettbewerb

> unbedingt mitmachen und gewinnen... es lohnt sich!

... ein kleiner Geheimtipp:

Prädikat:

prüfungsrelevant und besonders empfehlenswert



Public Relations

für Kommunikations-, Marketing- und Werbeprofis
Ein fantastisches Lehrmittel!

mit vielen Praxis-Beispielen und wertvollen
Checklisten von Marketing-Dozenten empfohlen.
mehr >>

Wettbewerb

Jetzt eine **CD mit den beliebtesten Prüfungstools** von directmarketing-support **gewinnen!**

Alle welche die Wettbewerbsfrage richtig beantworten, nehmen an der Verlosung teil.



Der/die GewinnerIn wird persönlich benachrichtigt und namentlich auf der Website unter <http://www.directmarketing-support.ch/newsletter.htm> erwähnt.

Hier die **Wettbewerbsfrage**:

Wie heisst unsere neue Rubrik (Website) bei der Mailing, welche im Briefkasten besonders aufgefallen sind, publiziert werden?

Die Antwort lautet: **CREATIV-P.....**

Ihre Lösung am besten noch heute mailen an:

<mailto:Kaltenrieder@directmarketing-support.ch>

5. 10 brandheisse Thesen im Directmarketing

> Tipp Nr. 8

These Nr. 8

"den Alleingang durch alle Stufen der direkten Kommunikation wird sich kaum jemand noch leisten können"

Outsourcing, Joint ventures, Verbundaktionen und Barter-Geschäfte werden unvermeidbar sein. Neue Spezialisten und Generalunternehmen werden eine wichtige Stellung einnehmen

These Nr. 9 folgt im nächsten direct-letter!

6. die beliebte Hall of fame

> Voranzeige und Prüfungsansporn



Die anstrengenden Lernstunden und das schweisstreibende Pauken machen sich bezahlt...

Diese Seite soll die **respektablen und erfolgreichen** Abschlussarbeiten würdigen.

Mega, wenn wir Sie demnächst ebenfalls als Marketing-Diplomanten feiern dürfen.

Der **Endspurt** lohnt sich also auch bestimmt für Sie!

Wir drücken Ihnen dabei fest die Daumen!



jetzt schon einmal "hall of fame"-Luft schnuppern. Cool, wenn Sie es ebenfalls schaffen...
http://www.directmarketing-support.ch/hall_of_fame.htm

der nächste direct-letter erscheint voraussichtlich per **Anfang Februar 2004**

IMPRESSUM

directmarketing-support
Jürg Kaltenrieder
Sonnmattweg 12
4410 Liestal
Tel: 061 921 07 37



Jürg Kaltenrieder
<mailto:Kaltenrieder@directmarketing-support.ch>
<http://www.directmarketing-support.ch>

WEITEREMPFEHLEN

Sie dürfen selbstverständlich unseren Service auch gerne weiterempfehlen



Tell a friend, gleich weitererzählen >>