



# direct letter No. 9

www.directmarketing-support.ch

Liestal, am Sylvester 2002 Autor: Jürg Kaltenrieder

## \*\*\* Trends und Entwicklungen im Directmarketing \*\*\*

Guten Tag liebe Mail-Leserin, lieber Mail-Leser



einen guten und  
erfolgreichen  
Start ins 2003!

Sie erhalten den **direct-letter No. 9** vom Januar 2003

## \*\*\* Inhalt \*\*\*

### 1. **Tipps für Marketingplaner:**

Besonderheiten einer mündlichen Prüfung; worauf die Experten achten

2. Branding-Prozess frisst Marketing - **die Zukunft heisst Branding-Marketing!**

3. kurz angesurft

4. Buchtipp des Monats / **Wettbewerb**

5. 10 brandheisse Thesen im Directmarketing (Tipp Nr. 4)

6. **einfach genial**

\*\*\*\*\*

## 1. **Besonderheiten einer mündlichen Prüfung; worauf die Experten achten**

Wir unterscheiden zwischen bewussten und unbewussten Faktoren:

### **bewusst**

### **unbewusst**

geht der Kandidat auf die gestellten Fragestellungen ein? deutliche Aussprache

Fähigkeit des Kandidaten, strukturierte und logisch aufbauende Antworten zu entwickeln und diese im Sinne eines Fachgesprächs darzulegen

Erscheinungsbild (Auftreten, Kleidung, Äusseres)

Non-verbale Kommunikation (Gehabe, Körpersprache)

präzise Antworten

Ausdrucksweise, Verwendung von Fachbegriffen

positive Ausstrahlung, Augenkontakt

Kann sich der Prüfungskandidat in bestimmte Situationen, Sitzhaltung  
Beispiele hineindenken?

Praxiseignung der Antworten

Begrüssung und Verabschiedung mit Namen (der erste und  
der letzte Eindruck bleiben)

geistige Flexibilität bei Themenwechseln

Verfügt der Kandidat über ein aktuelles Wissen, kennt er  
die aktuellsten Beispiele aus der Marketingpraxis?

## 2. Branding-Prozess frisst Marketing - die Zukunft heisst Branding-Marketing!

Während in den meisten Unternehmen die Marketingaktivitäten in verschiedene Funktionsbereiche aufgeteilt sind - wie Werbung und Marketing, Produktentwicklung und Produktdesign, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit etc. - und durch Grabenkämpfe jegliche gemeinsame Zielsetzung aus den Augen verloren haben, konzentrieren sich andere Unternehmen einzig und allein auf den Branding-Prozess.

***"Beim Branding steht als einziges das Ziel im Vordergrund, einem Markenprodukt im Gedächtnis der Verbraucher eine nachhaltige Präsenz zu verschaffen und damit den langfristigen Erfolg sichern"***

Die Konzentration auf den Branding-Prozess strahlt auf alle Aktivitäten aus und fokussiert bzw. bündelt alle Marketingaktivitäten wie einen Laserstrahl auf die Kerninhalte. In den 80er Jahren haben viele Direktmarketing-Agenturen den Begriff "Direktmarketing" durch "Dialogmarketing" ersetzt. Direktmarketing war für sie eine one way, eine Einweg-Definition. Dialogmarketing beinhaltet einen wechselseitigen Kommunikationsprozess. Auch im Marketing ist ein Umdenkungsprozess erforderlich. Der Begriff "Marketing" ist für viele ein weit verzweigter und verzettelter Dschungel von Aktivitäten geworden.

\*\*\*\*\*

## 3. kurz angesurft

die 6. Marketing-Trophy findet am 16.01.03 statt. Mehr unter: <http://www.directmarketing-support.ch/events.htm>

was heisst schon wieder database-marketing? Das Lexikon unter: <http://www.directmarketing-support.ch/lexikon.htm> hilft bestimmt weiter

wann finden die neue Kurse für die Directmarketing-Planer und neu auch für die Directmarketing-Leiter statt? <http://www.sdv-academy.ch> gibt Auskunft

\*\*\*\*\*

## 4. Buchtipp des Monats / Wettbewerb

Fachbuch "Vorbereitung mündl. Marketing-Prüfung"

... ein kleiner Geheimtipp:

Gerade noch kurz vor Weihnachten erschienen. Die neue überarbeitete Version des äusserst beliebten Fachbuches

"mündl. Prüfungsvorbereitungen". Dies ist ein fantastisches Lehrmittel um sich ideal auf die Prüfung vorzubereiten. Mit über **800 Fragen und Antworten** inkl. diversen Prüfungsblöcken. Gönnen Sie sich ein etwas verspätetes Weihnachtsgeschenk. Es lohnt sich!



mehr unter: <http://www.directmarketing-support.ch/shop.htm>

## Wettbewerb

Jetzt ein Exemplar 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 also die Wettbewerbsfrage:

Wie heisst das Fachwerk der Schweizerischen Post, welches an der letzten Marketing-Messe (X02) neu auf den Markt gekommen ist? Das Fachwerk enthält übrigens wertvolle Tools auf einer CD-Rom und ist nicht nur für "Experten" gedacht...

Antwort am besten noch heute mailen an: <mailto:Kaltenrieder@directmarketing-support.ch>

\*\*\*\*\*

### 5. 10 brandheisse Thesen im Directmarketing, welche die Entwicklung und Trends der nächsten Jahre prägen werden:

#### These Nr. 4

"eine one-to-one-Ansprache, die diesen Namen wirklich verdient, wird die heute noch praktizierte Pseudo-Personalisierung ablösen."

Eine neue Generation von Laser- und Digitaldruckern wird ungeahnte Individualisierungsmöglichkeiten bieten (echt wirkende Handschriften u.a.m.). Ein Wechsel wird sich nicht mehr nur auf Textpassagen beschränken.

These Nr. 5 folgt im nächsten direct-letter!

\*\*\*\*\*

## 6. ... einfach genial!

### Stellen Sie Ihren eigenen Prüfungsordner zusammen!

Profitieren Sie von der CD mit den beliebtesten Prüfungstools von directmarketing-support.ch zum Einführungspreis von **nur CHF 59.-**

bereits über 130 Bestellungen innerhalb kurzer Zeit!



weitere Infos unter: <http://www.directmarketing-support.ch/shop.htm>

### Voranzeige

bereits vormerken; als kleine "Motivationsspritze" unter: [http://www.directmarketing-support.ch/hall\\_of\\_fame.htm](http://www.directmarketing-support.ch/hall_of_fame.htm) werden sämtliche MP und DM-Planer, welche die eidg. Prüfung bestanden haben, aufgelistet. Also nicht vergessen und sich frühzeitig melden!

\*\*\*\*\*

direct-letter - ein Service von directmarketing-support.ch

directmarketing-support  
Jürg Kaltenrieder  
Sonnmattweg 12  
4410 Liestal  
Tel: 061 921 07 37  
EMail: <mailto:Kaltenrieder@directmarketing-support.ch>  
<http://www.directmarketing-support.ch>

Möchten Sie den direct-letter abbestellen? Klicken Sie [hier](#), um diesen Newsletter zu kündigen.

Sie dürfen selbstverständlich den Service von directmarketing-support auch weiterempfehlen.  
Eine ideale Gelegenheit bietet:  
<http://www.directmarketing-support.ch/weiterempfehlen1.htm>

Besten Dank und erfolgreiche Grüsse



Jürg Kaltenrieder

**direct Erfolge erzielen**  
[www.directmarketing-support.ch](http://www.directmarketing-support.ch)