

Die strategische Balance von klassischem und digitalem Marketing

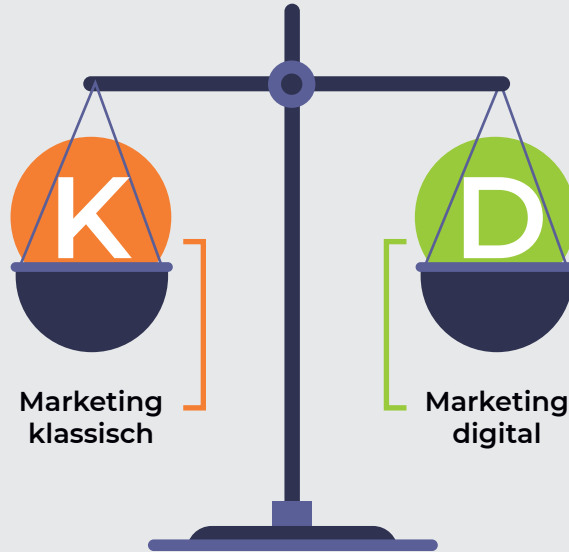
„Corporate Home“ der Marketing-Strategie
(U's Wert / Vision / Kernkompetenzen
4 P's / Marketing / Differenzierung)

Markt- und Eigenanalyse
(SWOT- / PEST-Analyse)

Marketing-Mix-Maßnahmen-Konzepte
inklusive Markenführung

Strategisches Marketing-Controlling
(Marketing-Investitionen / -Produktivitätsmessung / ROI)

Konsequente, strategische Positionierung,
Kunden-Orientierung und Markenführung



„Derivat“ der Strategie

SWOT und PEST digital

Konzept-konforme, effiziente Technologie
- adäquate Marketing-Digitalisierung

Spezifisches, digitales Marketing-Controlling

Positionsadäquate Digitalisierung

Grundregeln:

1. Erst („strategisch“) denken – dann digitalisieren.
2. Nicht am Kunden vorbei-digitalisieren.

3. Perfektes, inhaltlich-konzeptionelles „Fitting“ des digitalen Marketings zur klassischen Basis-Strategie sicherstellen – „No Fit – No Go“!

4. Digitalisierung muss sich rechnen (ROI).