

Übersicht Veröffentlichungen

Innovatives Marketing

Verlage:

Fritz Knapp-Verlag / ISBN 3-8314-0771-1
Sparkassenverlag / ISBN 3-09-305979-8

Kurzbeschreibung:



Was bedeutet "Innovatives Marketing"? Was bringt es? Wie kann ich es in meine eigenen Marketingkonzepte integrieren?

Diese und viele anderen Fragen werden in diesem Werk von einem Team praxiserfahrener Autoren aufgegriffen und mit konkreten Ideen und Vorschlägen beantwortet. Das umfassende Werk befasst sich mit den unterschiedlichsten Marketingthemen und greift auch Instrumente wie Duftmarketing, Mobile Marketing, Kooperationsmarketing und spezielle Marketingstrategien für Frauen auf.

Die Publikation ist somit ein hochinteressanter und praxisorientierter Beitrag für alle Marketingverantwortlichen in Sparkassen, Banken und Unternehmen, die gerne einmal über eingespielte Konzepte hin aus denken.

55plus Marketing

Verlage:

Gabler-Verlag / ISBN 3-8349-0220-9
Sparkassenverlag / ISBN 305 982 00

Kurzbeschreibung:



In einer immer älter werdenden Gesellschaft rückt die Generation 55plus als Zielgruppe auch immer mehr bei Banken und Sparkassen in den Marketingfokus. Steigende Geldvermögen und Erbvolumentia in dieser Altersgruppe zeigen das hohe Potential. Aufgrund der Heterogenität der über 55-Jährigen ist die Berücksichtigung der unterschiedlichen Bedürfnisse und Lebenssituationen bei der Entwicklung von Marketingkonzepten zwingend notwendig. Hierdurch wird die Basis für den Verkaufserfolg gelegt.

Das Buch 55plus Marketing vermittelt dem Leser ausführlichen Informationen zur Generation 55plus. Im ersten Teil des Buches stellen verschiedene Marktforschungsinstitute aktuelle Umfrage- und Umfrageergebnisse zur älteren Zielgruppe vor und leiten hieraus Handlungsfelder für Banken und Sparkassen ab. Die Kommunikationspolitik ist Schwerpunkt im Teil 2: Spezielle Anforderungen an die Kommunikation mit der Zielgruppe 55plus und Praxisberichte. Innovative und praxiserprobte Vertriebskonzepte werden dem Leser im 3. Teil des Buches vorgestellt. Im letzten Part berichten verschiedene Autoren aus branchenfremden Unternehmen über ihre bisherigen Erfahrungen und Erfolge im Seniorenmarketing.

Die Publikation ist somit ein hochinteressanter und praxisorientierter Beitrag für alle Marketingverantwortlichen in Sparkassen, Banken und Unternehmen, die sich mit dem Zukunftsmarkt 55plus beschäftigen.