

Torsten Oltmanns, Christiane Diekmann, Vera Böhm

Eliten-Marketing

Wie Sie Entscheider erreichen

2008, geb., 211 Seiten, 50 Abb.

EUR 34,90/EUA 35,90/SFR 59,00; ISBN 978-3-593-38632-4

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 14. Februar 2008

Marketing für Entscheider wird immer wichtiger – doch keine Zielgruppe ist schwerer zu überzeugen. Das Autorenteam von Roland Berger Strategy Consultants hat jetzt ein neues professionelles und zeitgemäßes Konzept für das Eliten-Marketing entwickelt.

Sogenannte B2B (business-to-business) Geschäftsmodelle gewinnen zunehmend an Bedeutung. Dadurch stehen Entscheider in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft immer mehr im Fokus von Marketing-Aktivitäten. Viele Unternehmen versuchen, diese exklusive und einflussreiche Zielgruppe für ihre Botschaften, Produkte und Dienstleistungen zu interessieren. Führungskräfte werden mit Einladungen, Publikationen und Events regelrecht überschüttet, sie reagieren aber immer öfter abwehrend. Womit lassen sich Führungskräfte wirklich erreichen? Welche Interessen haben sie, welche Ansprüche an die Kommunikation? Wodurch kann man sie noch faszinieren und gewinnen?

Die erfahrenen Experten im Bereich Eliten-Marketing Torsten Oltmanns, Christiane Diekmann und Vera Böhm geben Antworten auf diese Fragen. Ihr Buch analysiert die Strategien der erfolgreichen Eliten-Kommunikation, veröffentlicht die Ergebnisse einer exklusiven Entscheiderbefragung der 100 bekanntesten deutschen Unternehmen und zeigt Best-Practice-Beispiele, wie man diese anspruchsvolle Zielgruppe erfolgreich anspricht. Aus ihren in der Praxis wurzelnden Erkenntnissen und den zukunftsweisenden Erfahrungen mit Netzwerken und Web 2.0 haben die Autoren ein völlig neues Konzept entwickelt, das es zielsicher ermöglicht, Entscheider so punktgenau wie glaubwürdig bei ihren jeweiligen Interessen abzuholen. Dazu bietet das Autorenteam erstmals eine Segmentierung dieser bislang zu Unrecht als homogen definierten Zielgruppe in »Orchestermusiker«, »Solisten« und »Dirigenten« an.

Es ist höchste Zeit, dass sich das Marketing mit den Bedürfnissen der hochanspruchsvollen Zielgruppe der Entscheider auseinandersetzt und die technisch als auch inhaltlich überholten Methoden zur Entscheider-Kommunikation durch neue Wege der Eliten-Ansprache ersetzt. Dieses Buch bietet das dazu notwendige und professionelle Rüstzeug.

Die Autoren

Torsten Oltmanns ist bei Roland Berger Strategy Consultants für die globale Kommunikation und das Marketing der Unternehmensberatung tätig. Er berät Entscheider in Wirtschaft und Politik. Außerdem ist er Lehrbeauftragter für Marketing vor allem im Bereich B2B an der Universität Innsbruck, Österreich.

Christiane Diekmann beschäftigt sich im strategischen Marketing bei Roland Berger Strategy Consultants vor allem mit der Positionierung von Premium-Marken bei Entscheidern.

Vera Böhm ist spezialisiert auf strategisches Marketing- und Medienmanagement und entwickelt Instrumente für die Ansprache von Entscheidern.

Kontakt

Margit Knauer, 069-976516-21, knauer@campus.de; Kathrin Franz, 069-976516-25, franz@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de