

360-Grad-Marketing-
Kampagne

Buyer's Journey

B2B-Marketing

Digital Marketing

B2C-Marketing

Earned Media

Branchentrendanalyse

Inbound-Marketing

Brand Awareness

Kulturelle Forschung

<p>Der Prozess, den ein Käufer durchläuft, um auf ein neues Produkt oder Dienstleistung aufmerksam zu werden, es zu evaluieren und zu kaufen.</p>	<p>Umfasst den gesamten Kaufzyklus, bei welchem jedes Marketing-Medium in einer integrierten, konsistenten Marketing-Strategie genutzt wird.</p>
<p>Umfasst die Nutzung von neuen Medien oder digitalen Technologien zur Erreichung von Marketingzielen.</p>	<p>Bezeichnet eine geschäftliche Beziehung zwischen zwei Unternehmen, wobei Marketing betrieben wird.</p>
<p>Bezeichnet alle Inhalte, die von Kunden erstellt und verbreitet werden. Beispiele: Erwähnungen, Empfehlungen, Rezensionen etc.</p>	<p>Bezeichnung für die Beziehung zwischen einem Unternehmen und den Endverbrauchern. Dabei sollen Produkte/Dienstleistungen an den Kunden vermarktet werden.</p>
<p>Moderne Form des Marketings. Es werden gezielt Personen anvisiert, die sich bereits für das Thema interessieren. Sie werden durch das zur Verfügung stellen von nützlichen Inhalten als Kunde gewonnen.</p>	<p>Umfasst das Monitoring von Veränderungen und Weiterentwicklungen, die sich in und rund um eine Branchenkatgorie abspielen.</p>
<p>Befasst sich mit der Art und Weise, wie Kultur individuelle Erlebnisse, den Alltag, soziale Beziehungen und Macht kreiert und transformiert.</p>	<p>Bekanntheitsgrad einer Marke, eines Produkts oder eines Service-Angebots.</p>

One-to-many

One-to-one-Marketing

Outbound-Marketing

Owned Media

Paid Media

Eine nicht-personalisierte Marketingbotschaft für eine breite Zielgruppe.

Eine personalisierte Marketingbotschaft für eine spezifische Zielgruppe.

Traditionelle Form des Marketings. Eine Botschaft richtet sich an eine grosse, unspezifische Zielgruppe.

Medien(-Kanäle), die ein Unternehmen selbst besitzt.
Beispiele: Die eigene Website, Blog, Social Media Kanäle etc.

Diese Medien besitzt man nicht selbst, sondern muss dafür bezahlen. Beispiele: TV-Spots, Online-Werbeanzeigen, Radiowerbung etc.