

absatzwirtschaft online



Kilians Corner

↳ Biznet für Dienstleister



Für **Dienstleister** bietet absatzwirtschaft ein Online-Netzwerk für die eigene Präsentation. In einem eigenen Bereich unter www.absatzwirtschaft.biznet.de können

Agenturen und Marketing-Dienstleister für eine geringe Jahresgebühr ihr Profil hinterlegen, kleine Anzeigen schalten und unbegrenzt Gastbeiträge veröffentlichen, die auch auf www.absatzwirtschaft.de erscheinen. Das Schöne ist: Dienstleister, die sich registrieren, sind unter anderem bei www.absatzwirtschaft.de, www.creditreform-magazin.de, www.handelsjournal.de und www.mittelstandswissen.de präsent. Die Jahresgebühr beträgt 99 Euro. www.absatzwirtschaft.biznet.de



↳ Was bedeutet ...

Below-the-Line? Während Above-the-Line-Kommunikation meist auf klassische Massenmedien wie TV, Print und Radio zurückgreift, sind Werbemaßnahmen below-the-Line eher unkonventionell, meist persönlich und stets direkt. Kleine Kundengruppen werden zielgenau, kostengünstig und meist konkurrenzlos erreicht, zum Beispiel durch Direktmarketing, Verkaufsförderung, PR, Events oder Messen. Vergütungsfähige Medienbuchungen fallen nicht an. Einer neueren Definition von Gelbrich et al. zufolge liegt nicht-mediale „Below-the-Line-Kommunikation zumeist unterhalb der Wahrnehmungsschwelle („Line“) und wird von der Zielgruppe häufig nicht als Werbung erkannt“ (2008, S. 178). *Karsten Kilian ist Inhaber des Markenportals www.markenlexikon.com. Exklusiv für absatzwirtschaft online erklärt der Markenexperte die 1000 wichtigsten Markenbegriffe.*

www.absatzwirtschaft.de/markenlexikon



Weitere Services

Chefredakteur Christoph Berdi schreibt seit Neuestem in seinem eigenen Blog „Marketing Lab“ über falsch verstandene Kundenbindung, bemerkenswerte Literatur oder verunglücktes Geomarketing. Nach wie vor erfreut sich auch der Schwerdt-Blog wachsender Beliebtheit. Yvette Schwerdt „bloggt“ für die absatzwirtschaft aus New York.

www.absatzwirtschaft.de/schwerdt-blog,
www.absatzwirtschaft.de/marketing-lab



Marketing-Search, die Suchmaschine für das Marketing, gibt es in einer neuen Version. Wie bei amerikanischen Suchen werden bei der Trefferanzeige direkt die Websites als Briefmarke mitgeliefert. Marketing-Search durchsucht dabei nur Marketingsites, die zuvor von der Redaktion freigegeben wurden. Der Clou ist: Wenn Nutzer eine fachlich relevante und exzellente Marketing-Website kennen, können sie diese bei Marketing-Search ebenfalls anmelden. Kooperationspartner bei diesem Projekt ist Luna Park.

www.absatzwirtschaft.de/marketing-search



Zielgruppen mit Stil

Hochwertige Lifestyle-Zielgruppen erreichen Sie jetzt mit einer Buchung: QC-Lifestyle-Kombi

Alle Daten und Präsentationen finden Sie unter www.quality-channel.de

sueddeutsche.de Leben & Stil, GLAMOUR.DE,
SZ-Magazin online, VANITYFAIR.de,
GQ.com, myself.de, PRINZ.de, VOGUE.COM,
manager-magazin.de Lifestyle

