

Donnerstag, 26. Oktober 2006

Jubiläumsaktionen sind Blödsinn

Ich weiß nicht, wer damit mal Jubiläumsaktionen ist mehr als fragwürdig. Denn es ist dem Konsumenten völlig egal, wie "alt" ein Unternehmen ist. Und zudem machen sich die Unternehmen selbst Preisnachlässe. Was dem Unternehmen noch mehr schadet. Also, man schadet mit einer solchen Aktion ein Unternehmen an allen wesentlichen Parametern: Marke und Profit. Das Investment rechtfertigt mit dem Blick auf den Return of Investment nie eine solche Aktion. Die Zahlen werden immer geschönt.

Selbstbeweihräucherung. Das hat nichts mit schlauem Marketing zu tun. Sondern da wird nur teuer die selbstbefriedigt. Das Kapiatl könnte man sinnvoller nutzen. Denn diese Aktionen sind Bravo ist plötzlich ein alter Sack.

Also, Jubiläumsfeiern einfach lassen! Und was Sinnvolles tun.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:05