

MATRIX ZIELGRUPPEN :: INHALTE :: METHODEN

CHART 1



selecta

Abkürzungen:

- MA = Mitarbeiter
- K = Kunde
- H = Händler
- GF = Geschäftsführung
- F1 = Führungsebene 1
- F2 = Führungsebene 2
- F3 = Abteilungsleitung
- ML = Marketingleitung
- SM = social media



Pflichtpräsenzen Social networks	Referenz	INHALTE UND KANÄLE	ZIELGRUPPEN		Marke (n)		Themen		Stories		Produkte	
			Werte	Portrait GF	Markenkern	Workshop	F+E	Themensammler	U-Führungen	Nutzen	Datenblätter	
	intern	<ul style="list-style-type: none"> Leitung Administration, speziell Kundenkontakt Vertrieb Handelsvertreter Spezialist <p>Wichtige Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> CC, Code of conduct sympathisches Portraitfoto einheitlich strukturierte Info 	<ul style="list-style-type: none"> Reason why Wertestruktur Verantwortung mittelst. Familienb. U-Strategie Positionierung Corporate Culture Verhaltenscodex Corporate Fashion Telefonansagen SM-Präsenz U-Führungen 	<ul style="list-style-type: none"> Portrait GF Tagebuch MA des Quartals Interview GF Testimonial K PR-Bericht Jubiläum Tagebuch Website SM 	<ul style="list-style-type: none"> Markenkern Markenwerte Markenversprechen Markenkonformität elevator pitch 	<ul style="list-style-type: none"> Workshop Standards Prinzipien Vorträge Aushänge Bericht „Augenblick“ Ansprache durch GF 	<ul style="list-style-type: none"> F+E Schlafen/Rekrea Bett als Ich-Invest Innovation vs. Kontinuität 	<ul style="list-style-type: none"> Themensammler zentral bei Marketing Vorrat junge Themen für facebook Warum wir besser sind? 	<ul style="list-style-type: none"> U-Führungen Bericht „Augenblick“ PR-Bericht Produktanhänger Matratzeneinleger Website SM 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzen Funktion USP Entstehung Varianten 	<ul style="list-style-type: none"> Datenblätter Info-Broschüre Anzeigen Übersicht Bericht „Augenblick“ Blogs Warentest 	
	extern Handel/Öffentlichkeit/Endkunde	<ul style="list-style-type: none"> Einkäufer Händler (stationär) Händler (online) Endkunde Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> Reason why Wertestruktur Verantwortung mittelst. Familienb. U-Strategie Positionierung Corporate Culture mehr Verkauf mehr Marge 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> Markenkern Markenwerte Markenversprechen elevator pitch mehr Verkauf mehr Marge Push/pull 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> F+E Schlafen/Rekrea Bett als Ich-Invest Innovation vs. Kontinuität 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Seminare 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Seminare Anzeigen (Fach & SI) 		
	extern/Wettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> Schramm Rummel 	<ul style="list-style-type: none"> Reason why Wertestruktur Verantwortung mittelst. Familienb. SM Bericht Augenblick 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Website SM Bericht Augenblick 					<ul style="list-style-type: none"> U-Führungen Bericht „Augenblick“ PR-Bericht Produktanhänger Matratzeneinleger Website SM 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzen Funktion USP Entstehung Varianten 		
	extern/Verbände	<ul style="list-style-type: none"> Bettering Raumaustattung Fachverband Matratzen-Industrie e. V. Familienunternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> Reason why Wertestruktur Verantwortung mittelst. Familienb. U-Strategie Positionierung Corporate Culture 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> Markenkern Markenwerte Markenversprechen elevator pitch 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> F+E Schlafen/Rekrea Bett als Ich-Invest Innovation vs. Kontinuität 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Seminare 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Seminare Anzeigen (Fach & SI) 		
	extern/Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> Partner 	<ul style="list-style-type: none"> Reason why Wertestruktur Verantwortung mittelst. Familienb. U-Strategie Corporate Culture Telefonansagen SM-Präsenz U-Führungen 	<ul style="list-style-type: none"> Portrait GF Portrait F2 Interview GF PR-Bericht Jubiläum Tagebuch Website SM 	<ul style="list-style-type: none"> Markenkern Markenwerte Markenversprechen Markenkonformität elevator pitch 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Produktbegleiter Bericht Augenblick U-Führung Rückenmobil Anzeigen (Fach & SI) 	<ul style="list-style-type: none"> F+E Schlafen/Rekrea Bett als Ich-Invest Innovation vs. Kontinuität 	<ul style="list-style-type: none"> Themensammler zentral bei Marketing Vorrat junge Themen für facebook 	<ul style="list-style-type: none"> U-Führungen Bericht „Augenblick“ PR-Bericht Produktanhänger Matratzeneinleger Website SM 			
	extern/MA-Recruiting	<ul style="list-style-type: none"> AZUBIS Praxis-Semester, DH/FH Thesen F2/F3 Facharbeiter Führungskräfte 	<ul style="list-style-type: none"> Reason why Wertestruktur Verantwortung mittelst. Familienb. U-Strategie Positionierung Corporate Culture 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs U-Führung Familiientag Azubitag / Studitag 	<ul style="list-style-type: none"> Markenkern Markenwerte Markenversprechen Markenkonformität elevator pitch 	<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Tagebuch Website SM Blogs Familiientag Azubitag / Studitag 	<ul style="list-style-type: none"> F+E Schlafen/Rekrea Bett als Ich-Invest Innovation vs. Kontinuität 	<ul style="list-style-type: none"> Studi-Ausflug Bachelor-Arbeit 			<ul style="list-style-type: none"> PR-Bericht Website SM Blogs Familiientag / Studitag Azubitag / Studitag Bachelor-Arbeit 	
	extern/Sonstige											

© Strategie, Entwicklung, Grafik: GRUPPE DREI*, 6. 2013