

Workshop - Konzept



Autolackier- und Industriebedarf, zHv. Herrn Claude Siepmann, 8492 Wila



Inhalt

I.	Ihre Ausgangslage	Seite 2
II.	Aufgabenstellung	Seite 4
III.	Unser Umsetzungssystem	Seite 5
IV.	Umsetzungsphase 1	Seite 6
V.	Umsetzungsphase 2 fortlaufende	Seite 15
VI.	Ihr Nutzen	Seite 16
VII.	Die Investition	Seite 17
VIII.	Das Refinanzierungskonzept	Seite 19
IX.	Der nächste Schritt	Seite 20



I. IHRE AUSGANGSLAGE

Seit der Gründung Ihrer Unternehmung von vor 25 Jahren haben Sie sich als Handelsfirma im Lackierbereich für das Auto-Gewerbe und erweiterten Industrie-Betrieben spezialisiert.

Aktuell haben Sie ca. 2'000 regelmässige Kunden.

Insgesamt verfügen Sie über ein Datenvolumen von ca. 3'000 E-Mail-Adressen.

Ein Newsletter wird an ca. 2'000 bis 2'500 Empfänger mehr oder weniger aktiv versendet.

Ihr derzeitiger Newsletter entspricht noch nicht der neuesten Datenschutz-Regelungen.

Der Aufruf zur Newsletter-Eintragung auf der eigenen Webseite wird von Neukunden hie und da genutzt.

Kunden bestellen oftmals direkt über die drei aktiv in der deutschen Schweiz und in der Romandie besuchenden Aussendienst-Mitarbeitern. Herr Claude Siepmann besucht selber auch Kunden und unterstützt somit aktiv die beiden anderen Akquisiteure, welche auf Provisionsbasis arbeiten.

Potentielle Firmen werden auf ca. vier-wöchentlicher Basis jeweils wieder neu besucht.

An einem Tag können so schon mal 10 bis 20 Firmen von einem der Mitarbeiter aufgesucht werden.

Ebenso gibt es telefonische oder schriftliche Bestellungen. Ca. 30 Prozent der eingehenden Bestellungen erfolgen über den eigenen Online-Shop, welcher ungefähr 6000 Artikel aus 20 Produktgruppen umfasst.

Das Kundensegment soll zukünftig auch noch an Schreinereien und Bau-Malereien weiter ausgebaut werden.

Die Vorteile Ihrer Unternehmung bestehen auf attraktiven Preisen gewisser Produkte, wie z.B. auf Farben, sowie insgesamt einem guten Liefer- und Service.

Bei den angebotenen Verbrauchsmaterialien besteht ein grosser Preiskampf. Ihre Preisgestaltung liegt dafür irgendwo im Mittelfeld. Sie kennen zwischen 20 bis 30 Konkurrenten allein in der Schweiz für die vergleichbaren Produkte. Der Wettbewerb geniesst ebenso einen starken Auftritt. Kundenanfragen wegen Rabatten sind an der Tagesordnung.

Seit einiger Zeit müssen Sie tendenziell jedoch immer mehr tun, um sich bei der Kundschaft in Erinnerung zu halten.

Der Verkaufsprozess läuft normalerweise so ab, dass der Aussendienst neu entdeckte Firmen besucht und auf sich aufmerksam macht.

Der Aussendienst rapportiert mit Email, wessen Ausdrucke manuell abgelegt werden. Ein eigentliches CRM für dessen Automation gibt es nicht.



Neukunden werden derzeit also generell erstmals über den direkten Besuch generiert.

Der Markt in der Schweiz ist recht übersichtlich und neue Firmen der Zielgruppen entstehen eher selten. Weitere Kundengewinnungsaktionen gibt es sonst nicht.

Der Aussendienst kann mit einigen Umständen auf einem Tablet auch für den Kunden vor Ort direkt eine Bestellung erfassen.

Neukunden werden anschliessend im MENTOR-System erfasst.
Über diese Plattform werden u.a. auch die Rechnungen für die Bestellungen geschrieben, welche z.B. auch aus dem Online-Shop generiert werden.

Eine erste Lieferung erfordert jeweils Bar- resp. Vorauszahlung. Spätere Lieferungen erfolgen dann gegen Rechnung.

Der Kunde wird anschliessend regelmässig besucht, damit man nicht in Vergessenheit gerät.
Der ideale Kunde ist der, welcher regelmässig über welchen Kanal auch immer bestellt.

Auf den Besuch von Messen wird aktuell verzichtet, da diese zu teuer waren und zu wenige Kontakte hervorbrachten.

Circa monatlich werden Vertreter-Sitzungen mit Gastredner der Lieferanten im Haus abgehalten, wo auch die beiden Akquisiteure mit teilnehmen.

Ihr persönliches Bestreben liegt darin, ständig neue Produkte im Markt zu evaluieren.

Pro Woche werden etwa 5 - 20 Offerten geschrieben, die nur z.T. nachgefasst werden.

Ihr monatlicher Umsatz liegt aktuell zwischen 250'000 bis 400'000 CHF.

Für die nächsten 12 Monate wird ein monatliches Wachstum auf 500'000 CHF angestrebt, wie dies vor ca. 10 Jahren noch der Fall war.

Die Motivation dafür liegt zum einen darin, dem Aussendienst höhere Provisionen auszubezahlen. Andererseits sollen damit Ihre Liquidität gesichert und wiederum zukünftige Reserven gebildet werden. Und sich fortan auch wieder vermehrt dem eigentlichen Kerngeschäft zuzuwenden. Dafür sollen Prozesse automatisiert werden. Insbesondere solche, die dem Aussendienst helfen, bessere Umsätze zu schreiben. Zudem sollen wochen- oder tagesspezifische Angebote mittels Automation einfacher an die Kunden kommuniziert werden können sowie Warengruppen spezifische Informationen in Form von Kampagnen individuell an die daran interessierten Kunden versendet werden können.

Sie streben eine klare Positionierung gegenüber Ihrer Konkurrenz an und wünschen sich ein System zur Vertriebsautomatisierung, um Ihren Aufwand zur Kundengewinnung enorm zu reduzieren und automatisch qualifizierte Kaufanfragen zu erhalten, ohne dass Sie jeden einzelnen Kunden persönlich beraten, überzeugen und gewinnen müssen.



II. DIE AUFGABENSTELLUNG

Ihre derzeitigen monatlichen Umsätze sind mehr oder weniger stabil.

Um diese zu erhöhen, bedarf es eines Marketingkonzepts mit einer Strategie und Automatismen, welche Ihnen im Tagesgeschäft weitgehend den Rücken freihalten.

Dafür bieten wir Ihnen

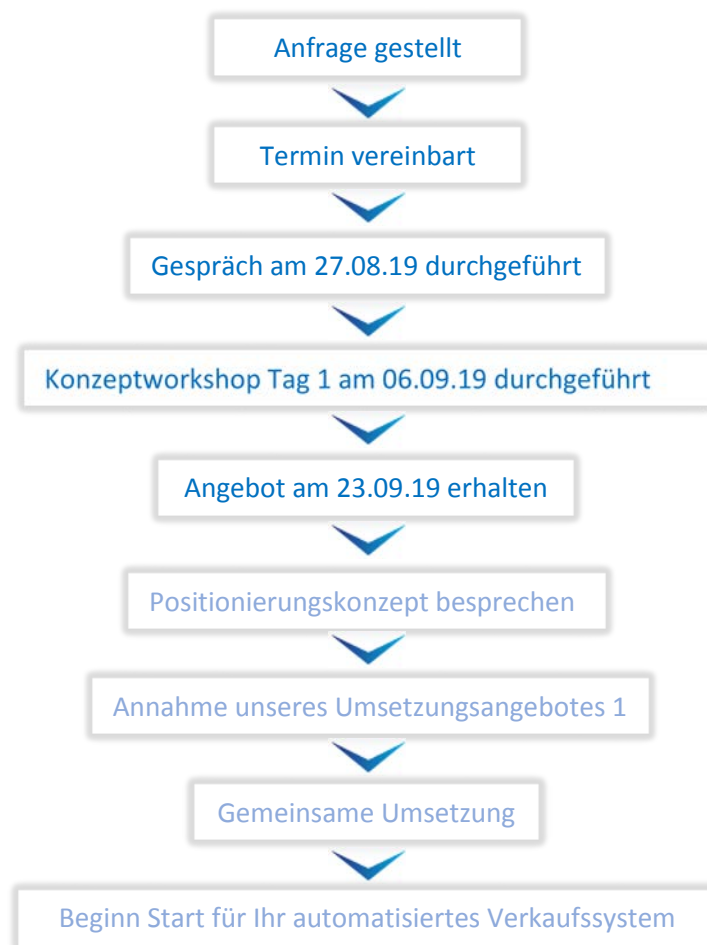
- strategisch erweiterte Werbeaktivitäten,
- vertrauensbildende Massnahmen, welche den Interessenten umfassende Vorinformationen zur Entscheidungsfindung leisten, ohne dass Ihre im Markt sich bewegenden Mitstreiter diese einfach aus Ihrer Webseite „herauskopieren“ können, sowie
- die Möglichkeit, dass Ihre potentiellen Kunden häufiger detaillierte Informationen von Ihnen erhalten, Sie diese jedoch weniger häufig besuchen oder extra noch deswegen anrufen müssen.

Damit steigern wir die Anzahl Ihrer zukünftigen Bestellungen gezielt. Sie erschaffen sich somit die Kapazitäten, um zukünftig auch diese sich vergrößernde Zahl der Nachfragen bedienen zu können.

Es wird für Sie möglich, einen hohen Expertenstatus aufzubauen, um weiter von Ihren Zielgruppen wahrgenommen zu werden und zusätzliche Bestellungen zu erhalten. Anhand unsere Case Study der badischen Hydraulikfirma (<https://automatisiertes-marketing.ch/lp-hydro/>) und deren Expertise konnten wir Ihnen zeigen, wie zusätzliche Umsätze durch gezielte Prozess-Automatationen bereits innert kürzester Zeit realisiert werden konnten.



III. DAS UMSETZUNGSSYSTEM





Nachdem wir uns entschieden haben, zusammenzuarbeiten, setzen wir Ihre Ziele anhand der Umsetzungsphase1 entsprechend um.

IV. Umsetzungsphase 1

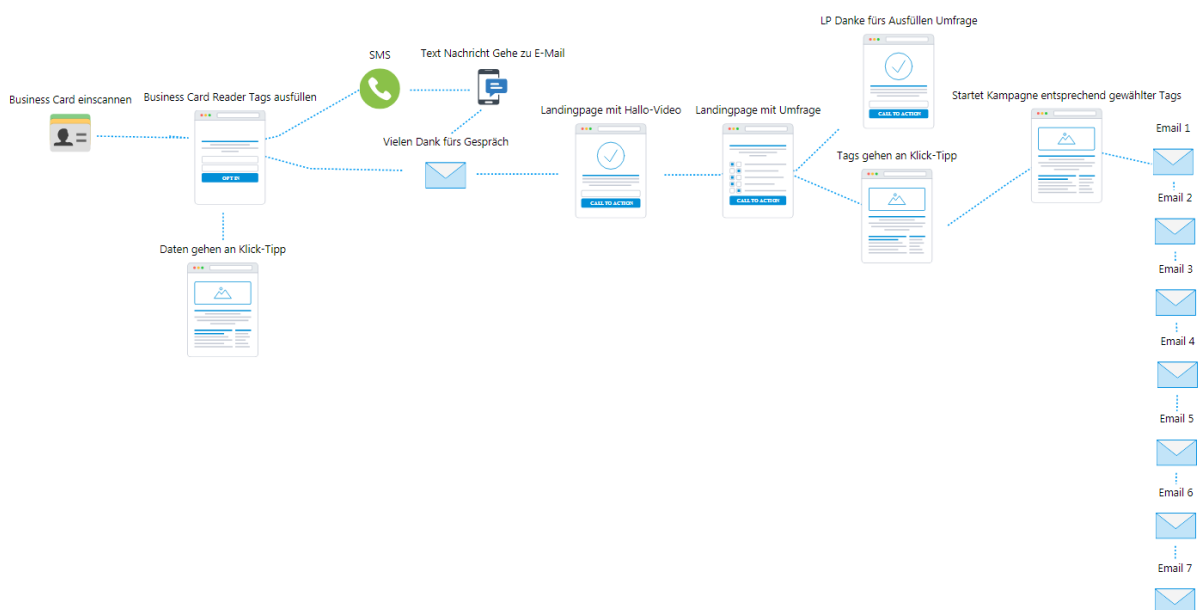
In dieser Umsetzungsphase 1 erstellen wir Ihnen die folgenden Kampagnen und Eingabehilfen:

1) Begrüßungskampagne, als Pilot-Projekt erstmals für Herrn Claude Siepmann:

Einscannen der Daten der vom Interessenten erhaltenen Visitenkarte mittels Visitenkarten-App (iOS-kompatibel)

Gleichzeitige Vergabe von Tags über das Smartphone, wie Du-/Sie-Form, Interessent, Kunde, besucht, kennengelernt (z.B. auf einer Info-Veranstaltung).

- Löst aus:
 - a) Info-SMS an den Kunden/Interessenten, dass eben ein E-Mail an versandt wurde
 - b) Aufforderung, Formular auszufüllen, welche Themen (Tags) interessieren
 - c) Kampagnen-Start mittels Info-E-Mail und Dankes-Video
Video-Text siehe <https://automatisiertes-marketing.ch/lp-hydro/>
ab Min. 8:25 bis Min. 9:34 Die Erstellung des Videos erfolgt durch Sie selber.





2) 6 fertige Kampagnen, mit insgesamt bis zu 7 E-Mails in Folge,

welche darauf abzielen, Ihre aktuell wichtigsten Produktgruppen wie

- Abdeckprodukte,
- Schleifprodukte,
- Chemieprodukte,
- Farben und Lacke,
- Malerprodukte sowie
- Lackverarbeitung, Maschinen & Spritzpistolen

als Kompetenz-Kampagne zu bewerben. Die Themen zu diesen Produktgruppen und das E-Mail-Betreff formulierten wir ja bereits zusammen anlässlich unseres Konzept-Workshops. Den textlichen Inhalt dafür würden Sie erstellen.

Wir empfehlen, Ihre erstellten Texte von einem in germanistisch ausgebildeten Sachverständigen als Ghostwriter überarbeiten zu lassen.

Wie Sie ja wissen: Die Werbe- und Verkaufstexte entscheiden über Erfolg oder Misserfolg. Hier arbeiten wir mit einem Partner-Unternehmen aus Deutschland zusammen.

Wir unterstützen Sie gerne bei der Kontakt-Vermittlung.

Den Versendungsintervall vom ersten bis zum abschliessend siebten E-Mail bestimmen Sie; z.B. auf wöchentlicher Basis.

Jedes E-Mail hat den Zweck, dass der Empfänger auf den call to action-Link klickt, welcher zur entsprechenden Rubrik innerhalb Ihres Online-Shops führt.

Jedes E-Mail soll so formuliert sein, dass der Text nach Hallo ... (Du-Form) resp. Guten Tag oder Sehr geehrte/r Herr oder Frau (Sie-Form) in einer für beide Ansprachen gängige Worte formuliert sind, in der die Du- oder Sie-Form fortan in neutraler Art liegen.

Die E-Mail-Öffnungsraten wie auch ob der Link zum Online-Shop im Text auch angeklickt wurde, lassen sich innerhalb der Klick-Tipp Plattform eins-zu-eins mitverfolgen. So kann auch nachverfolgt werden, inwiefern die Werbebotschaften konvertieren.



Opt In Tag Abdeckprodukte



Abdeckbänder - Betr.: Ohne geht nicht



Abdeckpapier - Betr.: Alternative zum Plastik



Abdeckfolie - Betr.: Mehr Breiten-Flexibilität



Spritzkabinenfolien - Betr.: Werterhaltung für Spritzkabinen



Schutzfolien - Betr.: Den Innenraum sauber halten



Abrollgeräte und -halterungen - Betr.: Machen Sie es sich einfacher



Abdeckprodukte gesamtes Sortiment - Betr.: Wir führe Ihre Abdeckprodukte





Opt In Tag Schleifprodukte



Schleifscheiben - Betr.: Ihr meist-gebrauchtes Produkt



Schleifvlies - Betr.: Super soft von Hand



Schleifblüten - Betr.: Lackfehler korrigieren



Fiberscheiben - Betr.: Für's Grobe



Schleifteller - Betr.: Ohne Teller geht es nicht



Mattierpaste - Betr.: Damit es hält

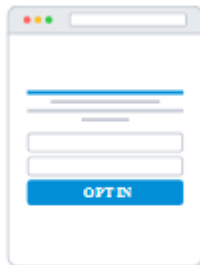


Schleifprodukte gesamtes Sortiment - Betr.: Wir führe Ihre Schleifprodukte





Opt In Tag Chemieprodukte



Spachtelmasse - Betr.: Für die gerade Oberfläche



Füller - Betr.: Füller vor der Farbe



Grundierung - Betr.: Damit es hält



Klebstoffe - Betr.: Damit es wieder hält



Reiniger und Verdünner - Betr.: Chemie, die man täglich braucht



Klarlack - Betr.: Der letzte Gang zum Glanz



Chemieprodukte gesamtes Sortiment - Betr.: Wir führe Ihre Chemieprodukte





Opt In Tag Farben / Lacke



Farben - Betr.: Qualität zum kleinen Preis



Grundierungen - Betr.: bares Geld gespart



Klarlack und Härter - Betr.: Hochglanz zum kleinen Preis



... - Betr.: ...



... - Betr.: ...



... - Betr.: ...



Farben und Lacke gesamtes Sortiment- Betr.: Wir führe Ihre Farben und Lacke

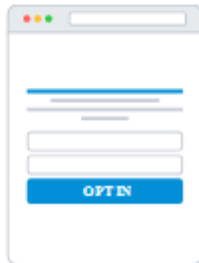


... - Betr.: ... bedeutet:

Im Rahmen unseres Konzept-Workshops schafften wir es zeitlich nicht, diese Rubriken abschliessend zu definieren.



Opt In Tag Malerprodukte



Farbsieb - Betr.: Ohne Rückstände lackieren



Staubbindetücher - Betr.: Für eine saubere Lackierung



Farbmustergläschen - Betr.: Ihr Kunde wird sich freuen



Farbmusterbleche - Betr.: Den richtigen Ton treffen



Pinsel - Betr.: Pinsel für jeden Einsatz



Microtip- Betr.: Steinschlag-Ausbesserungen

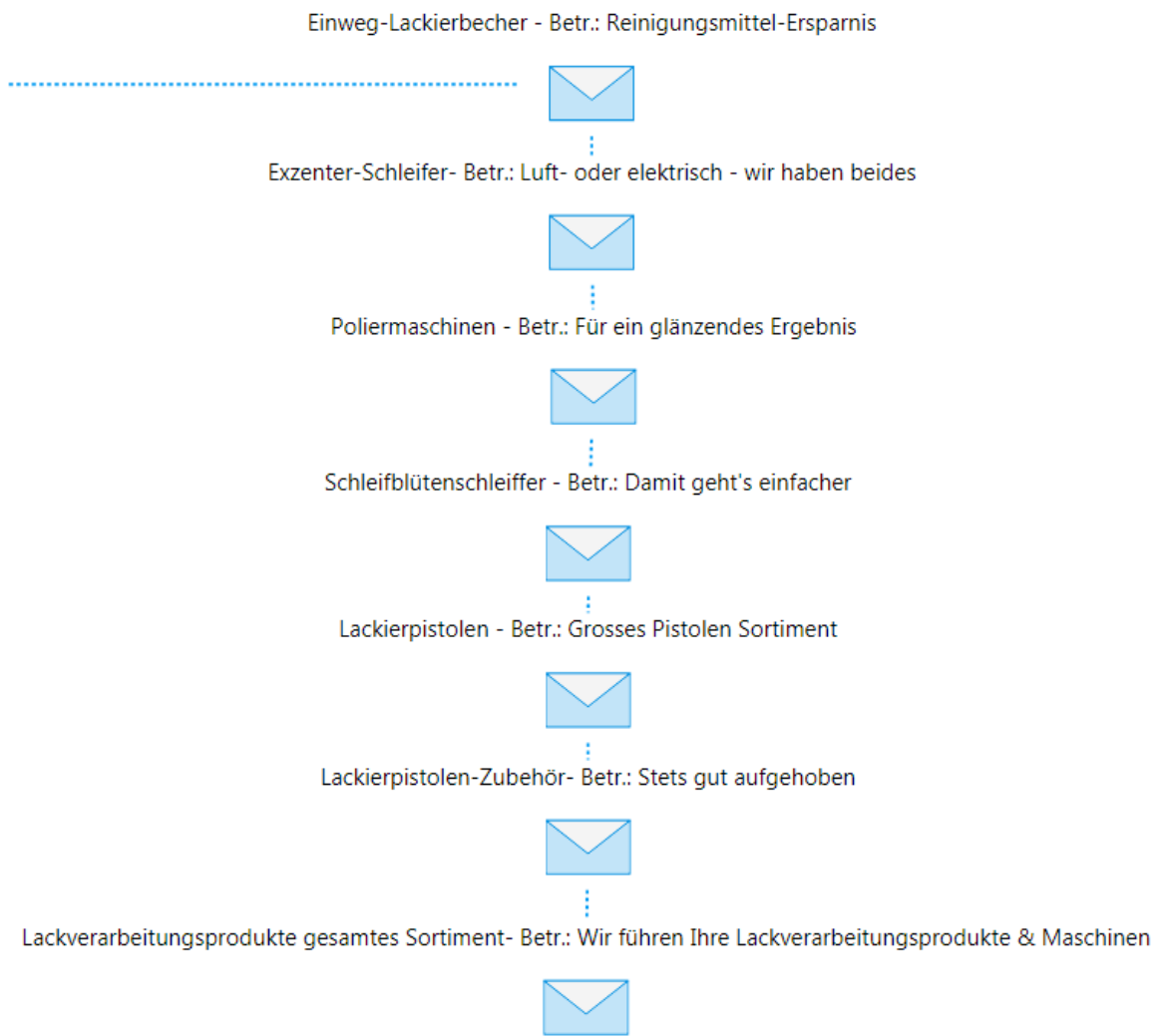


Malerprodukte gesamtes Sortiment- Betr.: Wir führen Ihre Malerprodukte





Opt In Tag Lackverarbeitung/Maschinen/Spritzpistolen





3) Newsletter, Datenschutz-konform

Erstellen eines Newsletter-Grundgerüsts, welches Sie für Ihre

- a) „Jetzt reduziert als Aktion“ und
- b) als allgemeinen, regelmässigen Newsletter

verwenden können.

Sie erhalten eine Anleitung, wie Sie diesen innerhalb der Klick-Tipp Plattform selber befüllen und anschliessend zeitversetzt und/oder in welcher Anzahl ausgehender E-Mails versenden können.

Beispiel:

Sie haben als Aktion einen Artikel, von welchem beispielsweise noch 50 Stück vorrätig sind.

Sie versenden den Newsletter an 2000 oder mehr Kunden.

Diese bestellen wie verrückt. Doch Sie können bereits nicht mehr liefern.

Lösung: Sie versenden täglich nur gestaffelt an 100 E-Mail-Empfänger. Anzahl frei wählbar.

Falls der Artikel nach 6 Tagen ausverkauft ist, stoppen Sie einfach die noch nicht versendeten Newsletter.

Basierend auf unserer Expertise und der ausserordentlich guten Resultate der Case Study dieser süddeutschen Hydraulik-Firma lassen sich diese Einzelschritte für Ihre Firma nach der Erarbeitung genannter Punkte eins-zu-eins erfolgreich umsetzen.



V. UMSETZUNGSPHASE 2, resp. 3 oder 4 etc.:

- Erstellen je einer Begrüssungskampagne für Ihre beiden Aussendienst-Mitarbeiter.
- Erstellen einer Nachfass-Prozessautomatik für Ihre Offerten inkl. SMS an den Vertriebsmitarbeiter beim Öffnen des Angebotes.
- Erstellen weiterer Produkt-Funnels wahlweise für die Ihre restlichen Shop-Bereiche
 - Karosserie-Produkte
 - Leergebinde
 - Einrichtungen
 - Beleuchtungen
 - Werkzeug
 - Filter
 - Pflege Produkte
 - Reinigungsprodukte
 - Schutzausrüstungen
 - Schweiss-Produkte
 - und ggf. auf für die Rubrik Verschiedenes.
- Ihre Romandie-Kunden:
Erweiterung der bestehenden Kampagnen in die französische Sprache
- Ihre nächst-geplanten Kundensegmente Schreinereien und Bau-Malereien:
Erweiterung der Kampagnen angepasst auf diese Segmente
- Eine automatisierte Kampagne nach jedem erteilten Auftrag, wo die Kunden Ihre Leistung nach Punkten bewerten können. <https://www.provenexpert.com/de-de/> hilft Ihrem Unternehmen auf mehreren Ebenen im Vertrauensaufbau nach aussen und hilft zusätzlich dabei, Ihre Webseite in der Auffindung bei Google ganz nach vorne zu bringen.



VI. IHR NUTZEN

Warum sollten Sie für so ein komplexes Projekt unbedingt mit unserer Firma zusammenarbeiten?

Intermarketing Hofer konnte bereits seit Mitte der 90-er Jahre erfolgreich im klassischen Marketing zahlreiche nationale wie internationale Projekte abwickeln und weiter ausbauen.

Es folgten Jahre der Webseiten-Erstellung mit teils ausgedehnten Applikationen und Automatisierungen, der Mithilfe bei Klick-Tipp in verschiedensten Projekten sowie u.a. auch als externer Informatik-Mitarbeit bei süddeutschen Hydraulik-Firma.

Die Qualifikation als selber direkt wirkende Unternehmensberatung hier in der Schweiz als „Certified Consultant“ bei Klick-Tipp resultierte als die logische Konsequenz.

Intermarketing Hofer nutzt seither u.a. die Mithilfe von einem halben Dutzend weiterer Informatik-Experten für die Umsetzung komplexer Marketing-Automatisierungen innerhalb verschiedenster Sparten in der Industrie sowie diverser Dienstleister hier in der Schweiz.

Unser Qualitätsanspruch einer Zusammenarbeit besteht in der hohen Erwartung unserer Kunden und natürlich auch an uns selber, die gemeinsam gesteckten Ziele umzusetzen.

<https://www.klick-tipp.com/kundenstimmen>



VII. IHRE INVESTITION

Verwirklichung der Umsetzungsphase 1

Unsere Expertise basiert auf der Zusammenarbeit mit den weltbesten Sales-Coaches.

So verkaufen Sie nie wieder am potentiellen Kunden vorbei.

Die regelmässige Aussendung Ihrer professionell gehaltenen Botschaften erinnern Ihre Interessenten und Kunden in regelmässigen Abständen an Sie. Besucher-Intervalle oder ständige Anrufe können in der Intensität verringert werden.

Durch Gegenzeichnung unseres Dienstleistungsvertrages beauftragen Sie uns mit der Ausführung des Projektes.

Kosten der Umsetzungsphase 1

Definiert als abgeschlossenes Projekt – zum Pauschalpreis von CHF 5'685.00 zzgl. MwSt.

Zahlbar im Voraus, netto. Wir beginnen mit den Arbeiten nach Zahlungseingang.

Dieser Preis gilt konkret lediglich für das Angebot Umsetzungsphase 1.

Gültigkeit unseres Angebotes: bis 31. Oktober 2019

Zuzüglich der folgenden Kosten für die notwendigen Software-Lizenzen:

Klick-Tipp Enterprise EUR 134.00* zzgl. MwSt. monatliche Kosten
bei einem jährlichem Abonnement, ansonsten mtl. EUR. 149.00

Einmalig: Grundeinstellungen in Ihrem Klick-Tipp Konto vornehmen: EUR 699.00* zzgl. MwSt.

Klick-Tipp Manager Standard EUR 49.00* zzgl. MwSt. kleinstes Paket auf jährlicher Basis

GravityForms Basic 1 Site
Formular-Generator USD 59.00* zzgl. MwSt. kleinstes Paket auf jährlicher Basis

Theme DIVI Personal
Webseiten Layouting USD 69.00* zzgl. MwSt. kleinstes Paket auf jährlicher Basis



iThemes Web-Sicherheit	USD 48.00* zzgl. MwSt. kleinstes Paket auf jährlicher Basis
Updraftplus Datensicherung	USD 70.00* zzgl. MwSt. kleinstes Paket auf jährlicher Basis, folgende Jahre USD 42.00
Twilio für autom. SMS	USD 8.00* monatlich zzgl. MwSt. plus USD 0.0690* per SMS

*) Stand September 2019. Die Verrechnung erfolgt über Ihre Kreditkarte.

Falls die Namens-, Adress-, E-Mail und Mobil-Telefonnummer Ihrer Kunden lediglich in Ihrem bisherigen Programm MENTOR einmalig – also nicht noch in der Klick-Tipp Cloud separat und somit doppelt – eingetragen werden soll, bedarf es einer Schnittstelle in Ihrem MENTOR-Programm.

Nach Rücksprache mit der MENTOR-Vertriebsfirma

unisoft consulting gmbh, Herrn Alexander Hasler, 5614 Sarmenstorf

ist dies grundsätzlich möglich. Firma unisoft veranschlagt dafür einen Programmier-Aufwand in der Grössenordnung zwischen drei bis fünf tausend Franken.

Die Integration dieser Programme wird in einer sog. Sub-Domain auf Basis von Wordpress erstellt. Dies ist eine Webseite, die unter Ihre bestehende Webseite <https://www.siwid.com> dran gehängt wird. Diese erhält dann auch einen gesonderten Webseitenamen, wie z.B.

<https://www.info.siwid.com>

Ihre eigentliche Webseite <https://www.siwid.com> und auch Ihr Online-Shop wird somit überhaupt nicht tangiert und bleibt durch uns dauerhaft völlig unberührt.

Innerhalb der Sub-Domain erstellen wir auch die benötigten Landingpages mittels dem Theme DIVI. Diese Seiten werden mittels Updateplus Daten-gesichert und durch iThemes gegen allfällige Hacker-Angriffe sehr professionell nach aussen geschützt.

Die Kampagnen und deren Steuerung erfolgt innerhalb der Klick-Tipp Cloud.

Umsetzungsdauer: ca. 6 – 8 Wochen nach Auftragserteilung.

Selbstverständlich erhalten Sie abschliessend eine ausführliche Einschulung, online resp. telefonisch, wie Sie mittels Ihres Smartphones die Kampagnen ansteuern resp. einen Newsletter innerhalb von der Klick-Tipp Plattform erstellen.

Für allfällige Unregelmässigkeiten stehen wir Ihnen als Support natürlich auch danach zur Verfügung.

Verwirklichung der Umsetzungsphase 2 resp. fortlaufend

Die Umsetzungsphase 2 ftlf. kann nach Beendigung der Umsetzungsphase 1 angegangen werden.

Sie bestimmen anschliessend, welche Komponenten resp. in welchen Prioritäten wir dann für Sie umsetzen sollen. Dafür erstellen wir Ihnen jeweils auch ein separates Angebot.



VIII. DAS REFINANZIERUNGSKONZEPT

Wie lange wird es für Sie dauern, bis Sie Ihre finanzielle Investition dafür refinanziert haben?

Anhand unserer Erfahrungswerte rechnen wir damit, dass sich Ihre Kosten binnen ca. 6 Monate bedingt durch entsprechende Umsatz-Steigerungen refinanzieren.

Sobald unsere Massnahmen dafür umgesetzt sind, liegt der grösste Vorteil für Sie darin, dass Sie die einzelnen für Sie geschaffenen Module – von den Software-Lizenzen abgesehen – zukünftig weiterhin kostenfrei im Einsatz für sich nutzen können. Und zwar unabhängig davon, ob Sie sie häufig oder sogar sehr häufig nutzen.

Sie werden mit Freude und Spass jeden Arbeitstag beginnen, weil Sie regelmässige Kaufanfragen auf Autopilot bekommen. Zudem werden Sie auch noch von Herzen weiterempfohlen - und all das, ohne dass Sie noch persönlich verkaufen müssen.

Zusammengefasst ist Ihre Zielsetzung:

1. Sie möchten einen hohen Expertenstatus bei Ihrer Zielgruppe aufbauen. Zugleich wollen Sie erreichen, dass Ihre Verkaufspräsentation automatisch Kunden gewinnt, die dann nur noch anrufen, um Ihnen die Details für die Bestellung durchzugeben.
2. Sie möchten intern effizienter arbeiten können, Terminierung und bürokratischen Aufwand minimieren und viel Zeit einsparen. Künftig sollen keine Chancen mehr liegen gelassen werden, weil fürs Wesentliche die Zeit fehlt.



IX. IHR NÄCHSTER SCHRITT

Prof. Rudi Wimmer aus Wien – Spezialist für Führung und Organisation – meinte neulich:
„Wer sich keine passende Online-Strategie überlegt, den gibt es in fünf Jahren nicht mehr.“

Wir konnten Sie als spezialisierte Handelsfirma kennenlernen, die seit vielen Jahren in diversen Fachgebieten eine beachtliche Anzahl von Kunden bedient. Dafür zollen wir Ihnen unseren Respekt!

Die Mitbewerber in Ihrer Sparte schlafen jedoch nicht. Was also tun, sollte sich die Situation in Ihren angestammten Region so verändern, dass die Kunden deren Angebote plötzlich den Vorzug geben?

Mit einer rechtzeitigen, automatisierten Marketing-Ausdehnung im Markt wirken Sie dem konsequent entgegen.

Gerade deswegen ist es wichtig, jetzt zu handeln und die Weichen richtig zu stellen.
Eine Zusammenarbeit mit uns wird Sie dazu bringen, diese Resultate schon in kürzester Zeit umzusetzen.

Als weiteres Schriftstück hierzu finden Sie in der E-Mail-Beilage unsere vorbereitete Auftragserteilung.

Sie brauen diese nur gegenzuzeichnen und an unsere Adresse in 4153 Reinach BL zurück zu senden.

Damit steht der gemeinsamen Planung für den ersten Strategietag nichts mehr im Wege.



KOOPERATIONSANGEBOT:

Es gibt zwei Typen von Menschen:

Der Eine ist zögerlich, überkritisch, glaubt nicht wirklich an seinen Erfolg, besucht viele Weiterbildungen, liest Erfolgsbücher und sieht sich in der bescheidenen Masse ein bisschen erfolgreich.

Und dann gibt es Unternehmer wie Sie.

Wir lieben es, mit engagierten Visionären zusammenzuarbeiten, die mit Leidenschaft, Ehrgeiz und Dynamik vorangehen und eine Botschaft nach aussen tragen wollen, die zu wichtig ist, um sie der Welt vorzuenthalten.

Die Intermarketing Hofer ist Ihr strategischer Partner für die Umsetzung von Projekten zur Marketing- und Vertriebsautomatisierung im Mittelstand.

Lassen Sie uns zusammenarbeiten. Denn unser Team von 7 Experten in den Bereichen Projektmanagement, Programmierung und Software-Entwicklung innerhalb E-Mail-Marketing, Anzeigen-Management und Analytics bietet Ihnen die Möglichkeit, Projekte zu realisieren, die Sie ohne unsere Infrastruktur und Erfahrung aktuell vielleicht kaum annehmen könnten.

Wir danken Ihnen für Ihr Vertrauen und freuen uns sehr, wenn Sie zukünftig durch unsere Angebotsvorlage Ihre Umsätze steigern werden.

Auf Ihren Erfolg und eine angenehme Zusammenarbeit.

Intermarketing Hofer

Raymond Hofer



Basel

INTERMARKETING HOFER

Geschäftsführer: Raymond Hofer

Fleischbachstrasse 71
CH – 4153 Reinach BL

Tel. 044 586 01 45
076 385 14 50

Mail: info@automatisiertes-marketing.ch
Web: <https://automatisiertes-marketing.ch>