

Trends, Infos, Anregungen und Beispiele für erfolgreiche B2B-Kommunikation



B2B 2004: Dialogmaßnahmen und Cross-Media im Aufwind

B2B-Kommunikation verändert sich: Die „Kommunikation von Fachleuten an Fachleute“ kommt zunehmend integriert daher. Dabei nutzt sie neue mediale Optionen und verzahnt klassische und bislang oft separat behandelte Einzelmaßnahmen auch cross-medial. Darüber hinaus finden verstärkt dialog-orientierte Maßnahmen Eingang in die Zielgruppenkommunikation.

Diese und andere interessante Trends zeigt das „B2B-Jahrbuch 2004“ auf. Das repräsentative Buch gibt Fachleuten aus Unternehmen und Agenturen eine Übersicht über die erfolgreichsten B2B-Kampagnen des Jahres 2004 und liefert eine Vielzahl nützlicher Tipps und Anwendungsbeispiele für die tägliche Praxis. Darüber hinaus gibt es einen einzigartigen Überblick über die aktuellen Trends und Entwicklungen im Bereich deutschsprachiger B2B-Kommunikation allgemein.

Das Buch ist als Arbeitshilfe und Nachschlagewerk konzipiert: Es stellt die im Rahmen des diesjährigen BoB (Award Best of Business-to-Business-Communication) und CREA 2004 (Credential Award/Imagekommunikation für Agenturen) ausgezeichneten

B2B-Jahrbuch 2004: Praxisbezug und hoher individueller Nutzen

Kampagnen ausführlich in Wort und Bild dar und liefert Nachfragern auf Unternehmensseite sowie „Machern“ kreativer Werbung in Unternehmen und Agenturen so eine Vielzahl wertvoller, direkt umsetzbarer Informationen und Anregungen für die tägliche Praxis. Im Einzelnen:

- Agentur-Porträts und Referenzadressen bieten Unterstützung bei der Suche nach einem leistungsfähigen Agentur-Partner zur Umsetzung erfolgreicher B2B-Kommunikation;
- das aktuell erhobene „B2B-Agentur-Ranking“ bietet einen Überblick über die aktuelle Positionierung der „Players“ auf dem Markt;
- die ausführliche Dokumentation der erfolgreichsten Arbeiten aus den diesjährigen Kreativ-Awards BoB und CREA bietet einen hervorragenden Überblick über den aktuellen Stand deutschsprachiger B2B-Kommunikation;
- der redaktionelle Teil (mit aktuellen Situationsanalysen für erfolgreiche Werbung sowie Interviews mit namhaften Unternehmen zu Erfahrungen und Erfolgs-Optionen beim Einsatz integrierter Kommunikation) bietet Anregungen und Informationen zu Hintergründen für erfolgreiche B2B-Kampagnen und -Maßnahmen.

Background: B2B-Kommunikation folgt eigenen Gesetzen: die Themen sind komplexer, die Produkte erklärungsbedürftiger und die Budgets meist schmäler als in der Werbung für Endverbraucher. Werbliche Kommunikation findet nur zwischen Unternehmen statt. Vor diesem Hintergrund lobt der Kommunikationsverband, Bonn, alljährlich den Kreativ-Award „BoB – Best of Business-to-Business-Communication“ aus. Der Award hat die Qualitätsförderung und -verbesserung der Kommunikation im B2B-Bereich zum Ziel. Der erstmals 2003 ausgelobte CREA Credential Award/ Imagekommunikation für Agenturen“ prämiiert herausragende Selbstdarstellungen von Agenturen.

Die Kombi der Jahrgänge 2001–2003 bietet der Verlag jetzt zum Aktions-Sonderpreis von 105,- (Mitgl. 90,-) €. Bitte fragen Sie auch nach den Vorteilskombis B2B-/ddp-Jahrbuch 2003 bzw. 2004.

Kommunikationsverband (Hrsg.)

B2B 2004 – Jahrbuch Best of Business-to-Business

Hardcover mit Schutzumschlag; 24 x 32 cm; 208 Seiten; ISBN 3-928475-75-4; Varus Verlag, Bonn, 2004; 40,00 €; (Mitglieder von Kommunikationsverband, DWG, WWG und DDV 35,- €); alle Preise inkl MwSt., zuzügl. Porto/Verpackung

„B2B-Jahrbuch 2004“, ISBN 3-928475-75-4; 40,00 €

Bestell-Coupon

Name, Vorname

Firma

Str., Nr.

PLZ, Stadt, Land

e-mail/Tel.

Datum, Stempel, Unterschrift

Ich/wir bestelle/n Exemplar/e
(Zutreffendes bitte ankreuzen)

der Ausgabe 2004 zum Preis v. 40,00 € + P./V.

als Verbandsmitglied z. Preis v. 35,00 € +P./V.

der Kombi 2001-2003 für 105,00/90,- € +P./V.

Ich bin Mitglied im/Mitgl.-Nr.

Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen.

varus verlag

königswinterer straße 552, d-53227 bonn

tel. 0228/944 66-0, fax. 0228/ 944 66-66

e-mail: info@varus.com