



January 31, 2010

■ eNewsletter Februar 2010

Dear Reader

Motiviert durch das positive Feedback, das ich auf den eNewsletter erhalte, habe ich den interaktiven Teil für diesen Monat ausgebaut. Zu gewinnen gibt es einen Apple iPad, den ich als Dank für eine gute Idee offeriere. Wer sich eher für eine innovative Fallstudie im Cartoon Format interessiert, wird weiter unten fündig. Die Meinungen der Leserinnen und Leser des eNewsletter werden auf meinem Blog, aber auch mit der Fallstudie veröffentlicht. Viel Spass
Stefan Michel

■ I trade an Apple's iPad for your good idea



I am currently researching service innovations within a Business-to-Business context (B2B). I would be very interested to hear from you great examples or case studies, where companies innovated their service offerings for commercial clients. Many Business-to-Business (B2B) companies try to escape the increasing price pressure by adding more services, offering client solutions and become more innovative. However, anecdotal evidence suggests that

many of these service innovations are not very successful. Nevertheless, there are great examples out there, and with your help, I am going to study the patterns of successful B2B service innovations.

Last year, I asked you to share your pricing examples, and the lucky winner, Mark Streich, got the iPod I offered. This year, the price is one of Apple's newest iPads with WiFi and 16GB memory (or, alternatively, a 250 US\$ iTunes gift card). How does it work:

1. Submit your case, example, vignette about a great B2B service innovation [here](#). Describe what the company offers and indicate where I can find further information.

For example:

- they provide better information
- they educate their customers
- they help them save money or time
- they innovate the buying process
- they innovate the paying process
- they create a seamless experience
- they add a new player to the value constellation
- they are able to charge more because of the perceived value added

BOOKS

Marketing Grundlagen (4. Auflage 2009)



von Stefan Michel und Karin Oberholzer Michel
Dieses Buch bietet eine Einführung in das Marketing und vermittelt gleichzeitig fundierte Theorie und Praxis durch eine Fülle von Beispielen, Artikeln und Checklisten. Dank der Auseinandersetzung mit Themen, die in den letzten Jahren aufkamen und die mit der schnellen Verbreitung der elektronischen Medien, v.a. des Internets zusammenhängen (z.B. E-Business-Modelle, E-Commerce), ist das Buch sehr aktuell. Grosse Bedeutung wird auch dem Customer Relationship Management (CRM) eingeräumt.

<http://www.compendio.ch/Bildungsmedien/?Titel=1781>

Marketingkonzept (2. Auflage, 2009)



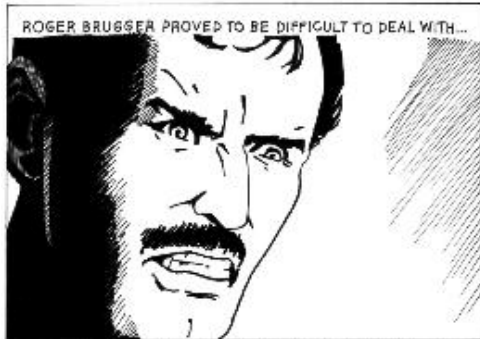
Dieses Lehrmittel ist Teil der Reihe «Marketing & Verkauf».

Es vermittelt breites Grundlagenwissen rund um das Marketingkonzept. Angefangen bei der Markt-, Unternehmens- und Umweltanalyse über die Zielsetzungen des Marketings allgemein, beschäftigt es sich mit verschiedenen Marketingstrategien, dem Marketingmix, dem Produkte- und Preismix, mit den neueren Formen E-Business und E-Commerce und abschliessend mit Marketingbudget, -kontrolle und -organisation.

«Marketingkonzept» bietet fundierte Theorie und ist durch eine Fülle von Beispielen dennoch sehr praxisnah. Es enthält Repetitionsfragen mit kommentierten Lösungen und ein ausführliches Glossar. Das Buch eignet sich besonders als Lehrmittel zur Vorbereitung auf die Berufsprüfungen für Marketingfachleute und für Verkaufsfachleute mit eidg. Fachausweis. Darüber hinaus richtet es sich an

- they are able to charge less because of cost savings
- etc.
- 2. By March 31, 2010, I will review all submission and decide which one I include in my research.
- 3. Among those submissions, the winner of the iPad will be randomly drawn and notified. Some ideas will be published in my e-Newsletter as well.

■ **Would you fire the "Esoteric Client"?**



[Download](#)
my latest case study about a client who is very difficult to deal with. Should the manager continue to

accommodate his needs, or should he fire the client?

Post your comment on my [GfM Marketingblog](#). A selection of your comments will be published with the case later this year.

■ **20. GfM Marketing Trend Tagung am 31. März in Zürich**



Strategic Marketing in Action - winning in tough markets"

Begrüssung, Ulrich H. Moser, Präsident der GfM

Einführung und Tagungsleitung
Roger de Weck

Strategic Marketing in Action, (englisches Referat)
Prof. Kamran Kashani, IMD

Strategie - ein Blick zurück und ein Schritt nach vorne
Bertrand Jungo, CEO Manor

Das Marketing von Morgen
BWL-Studierende der Uni St.Gallen HSG

Kunden begeistern - Teil 1 der Best Practice Cases
Geri Aebi, CEO Wirz Gruppe

Innovative Marketing- und Kommunikationskonzepte
Maria Reinisch, Vorstandsmitglied Siemens AG

McDonald's Football Worldcup 2010, Sponsoring (englisches Referat)
Pierre Woreczek, Chief Brand & Strategy Officer, McDonald's

Erfolg als Chance, Mike Müller, Kabarettist

Globale Trends - Konsequenzen für das strategische Marketing
Prof. Stefan Michel, Marketingprofessor IMD

Kunden begeistern - Teil 2 der Best Practice Cases

Studierende und Lehrende von Fachhochschulen und Universitäten und ist sowohl für den Einsatz in der Ausbildung als auch für das Selbststudium geeignet.

Stefan Michel, Marketing. Grundlagen mit zahlreichen Beispielen, Repetitionsfragen mit Lösungen und Glossar, 2. Auflage 2009, ISBN 978-3-7155-9307-4, CHF 49.00,

<http://www.compendio.ch/Bildungsmedien/?Titel=2072>

Orchestrating Winning Performance



Click [here](#) to learn more about IMD's Global Business Program for Teams and Individuals. June 20-25 in Lausanne Switzerland.

QUICKLINKS

[All Newsletters since 2009](#)
Mein GfM Blog
Marketing- [Blog](#) in
Zusammenarbeit mit der
[Gesellschaft für Marketing](#)

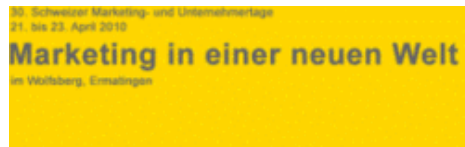
Nadine Borter, Geschäftsführerin Contexta AG

Von der regionalen Manufaktur zum globalen Luxuslabel
Roger de Weck im Gespräch mit Georges Kern, CEO IWC

Teamwork als Schlüssel zum Erfolg
Lt. Col. Daniel Hösli, Patrouille Suisse

Die Broschüre kann [hier](#) heruntergeladen werden.

■ Schweizer Markt- und Unternehmertage 21.-23. April in Wolfsberg, Ermatingen TG



Prof. Dr. Christian Belz,
Ordinarius für Marketing an der Universität St. Gallen,
geschäftsführender Direktor des Instituts für Marketing, St.
Gallen
«Marketing in einer neuen Welt»

Dr. Ludwig Hasler,
Philosoph und freier Publizist, Zollikon
«Qualität aus Leidenschaft»

Hannes Hinnen,
Gründungspartner der «frischer wind AG», Regensburg
«Open Space: Spannungsfelder der Zukunft»

Klaus-Dieter Koch,
Gründer und Managing Partner bei der Brand:Trust GmbH,
Nürnberg (D)
«Markenführung: Top-Strategien für mehr Wachstum»

Prof. Dr. Stefan Michel,
Professor für Marketing am IMD International, Lausanne
«Neue Randbedingungen ermöglichen neue
Geschäftsmodelle»

Prof. Dr. Hubert Österle,
Professor an der Universität St. Gallen, Präsident des
Verwaltungsrates der DMI AG, St. Gallen
«Unabhängigkeit, auch im Alter»

Maarit Seppä,
Inhaberin der Intag Intelligence Agent, Regensburg
«Wie sich die Welt verändert: Szenarien für die Zukunft»

Prof. Dr. Katarina Stanoevska-Slabeva,
Vize-Direktorin des Instituts für Medien- und
Kommunikationsmanagement, Universität St. Gallen und
Professorin an der Universität Neuchâtel
«Internetnutzer in der Ära der Social Media»

Das gesamte Tagungsprogramm findet sich [hier](#).

www.michel-partner.ch
michel@michel-partner.ch

[Unsubscribe or update your email preferences by selecting this link.](#)



Dr. Michel | Partner GmbH, Postfach 258, 8501 Frauenfeld, Schweiz