



Een korte cursus marketing:

Je ziet een geweldig meisje op een feestje.
Je gaat naar haar toe en zegt: "Ik ben fantastisch in bed."
Dat is Direct Marketing.

Je bent op een feestje met een stel vrienden en je ziet een geweldig meisje.
Een van je vrienden gaat naar haar toe, wijst naar jou en zegt:
"Hij is fantastisch in bed."
Dat is Advertising.

Je ziet een geweldig meisje op een feestje. Je gaat naar haar toe
En vraagt haar telefoonnummer en dat krijg je ook.
De volgende dag bel je haar op en zegt: "Hallo, ik ben fantastisch
In bed."
Dat is Telemarketing.

Je bent op een feest en je ziet een geweldig meisje.
Je staat op, trekt je stropdas recht, loopt naar haar toe en schenkt
haar een drankje in. Je doet de deur voor haar open, raapt haar
tas op die ze heeft laten vallen, biedt haar een lift aan en zegt dan:
"Ik ben fantastisch in bed."
Dat is Public Relations.

Je bent op een feestje en je ziet een geweldig meisje.
Ze komt naar je toe en zegt: "Ik hoor dat je fantastisch bent in bed."
Dat is Brand Recognition.

Je bent op een feestje en je ziet een geweldig meisje.
Je vraagt haar emailadres en stuurt haar het volgende: "Ik ben fantastisch in
bed."
Dat is E-Commerce.

Je bent op een feestje en je ziet een geweldig meisje.
Je doet heel serieus en zegt: "Ik ben fantastisch in bed."

Dat is Business to Business.

Je bent op een feestje en je ziet een geweldig meisje.
Je gaat eerst alle vriendinnen van haar versieren en laat haar tot
De ontdekking komen dat jij fantastisch bent in bed.

Dat is pull strategie of trend setting.

Tot slot: Je bent op een feestje en je ziet een geweldig meisje.
Je gaat erop af, pakt haar beet, en neemt haar mee naar bed, waar
Zij tot de ontdekking komt dat jij fantastisch bent in bed.

Dat is pas VERKOPEN!!!

