

## GESCHICHTE

Nach vielen glücklichen und erlebnisreichen Jahren in diversen Werbe- und PR-Agenturen habe ich mir, nach dem leider viel zu frühen Tod meiner Mutter, ein Jahr Auszeit genommen.

Mit zwei Töchtern, einem großen Hund und einem kleinen Kater konnte ich zwar nicht über Langeweile klagen, war aber auch nicht erfüllt.

Da ich für die Werbeszene mittlerweile zu alt bin habe ich mir überlegt, was mir sonst noch gefällt. Shoppen und Schmuck herstellen waren schon immer meine Leidenschaft und so lag es auf der Hand, mein Hobby zum Beruf zu machen. Und nun biete ich Schmuck und weitere Accessoires an.

Diese, Ende 2012 gefasste und Anfang 2013 in die Tat umgesetzte, Idee habe ich bis heute keinen Tag bereut.

## VORTEILE

- Marketingkooperation (mehr auf der nächsten Seite)
- Angebotserweiterung für die eigenen Kunden
- Keine Vorfinanzierung durch Kaufverpflichtung
- Regelmäßige Fotos (auch ohne UN?NÖTIG! Produkte) zur freien Nutzung auf der eigenen Homepage oder Social Media Accounts
- Keine Mindestumsätze
- Prozentuale gestaffelte Beteiligung am Bruttoumsatz (mehr auf Seite 5)
- Ständiger Sortimentswechsel
- Vorstellung auf [www.facebook.com/petra-pudimat.de](http://www.facebook.com/petra-pudimat.de) und Verlinkung auf der Homepage [www.petra-pudimat.de](http://www.petra-pudimat.de)

## MARKETINGKOOPERATION

Es geht bei Marketingkooperationen weniger um den Verkaufserlös sondern um die Gewinnung von Neukunden für beide Partner.

Da ich kein eigenes Ladenlokal führe, möchte ich meinen Kunden trotzdem die Möglichkeit bieten, bei Vertriebspartnern Teile meiner Kollektion sehen und erwerben zu können.

Wikipedia-Eintrag zum Thema Marketingkooperation:

„Marketingkooperationen bezeichnen die Zusammenarbeit mindestens zweier Organisationen auf der Wertschöpfungsstufe des Marketing mit dem Ziel, durch die Bündelung spezifischer Kompetenzen und/oder Ressourcen Marktpotenziale auszuschöpfen.

Marketingkooperationen machen immer dann Sinn, wenn sich die unterschiedlichen Marketingziele zweier Unternehmen in einer konkreten Leistung/Maßnahme für den Endkunden in Einklang bringen lassen.

Entscheidend ist, dass durch die Kooperation eine Win-Win-Situation hergestellt wird, mit klarem Nutzen für den Endkunden und beide Partner.

Marketingkooperationen erweitern dadurch die Perspektive des Marketing: Während es beim Marketing im Allgemeinen um die optimale Gestaltung der Beziehungen zwischen einem Unternehmen und seinen bestehenden sowie potenziellen Kunden geht, werden bei Marketingkooperationen die Marketingaktivitäten daraufhin überprüft, inwiefern sich durch die Einbindung eines Partners die Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden verbessern lassen.“



# KONTAKTDATEN

Petra Pudimat

Waldsaum 4

45470 Mülheim an der Ruhr

0208 . 37 23 89

0177 . 37 23 890

pp@petra-pudimat.de

[www.petra-pudimat.de](http://www.petra-pudimat.de)

[www.facebook.com/petra-pudimat.de](https://www.facebook.com/petra-pudimat.de)