

4 P sind 1 P zu wenig !

Das alte Dogma reicht nicht mehr für die Zukunft – das 5. P muss für „People“ stehen und fokussiert werden



PRODUCT – heute im Prinzip eine Selbstverständlichkeit, über die nicht einmal Länder wie z. B. China nachdenken müssen



PLACE – sicher, nur wo ist der Platz in der virtuellen Welt und in den sozialen Netzwerken ? Wer beeinflusst wen ?



PRICE – auch hier herrscht mehr Unklarheit als Kalkulationssicherheit, wer wird in ein paar Stunden welchen Preis bezahlen ? Was ist mit dem Faktor Preisflimmern ?



PROMOTION – wird immer diffuser aufgrund der täglich wechselnden Gemüts- und Entscheidungslage der Kunden



PEOPLE – der einzige Faktor, der Vertrauen durch konkrete Kommunikationserlebnisse durch Menschen erzeugen kann. Der bestimmende Faktor für die Zukunft, um sich durch Glaubwürdigkeit zu differenzieren