

Döngesstr. 1
41238 Mönchengladbach



Thomas Patalas *Marketing und
Kommunikationsservice*

Telefon 02166 | 217 2890
Telefax 02166 | 217 2899

info@maks.info
www.maks.info



Szenen-Bild aus dem ZDF-Beitrag über Thomas Patalas im Magazin „Foyer“

Guerilla Marketing ist in aller Munde. Ein Begriff, der zwar etwas martialisch und kämpferisch klingen mag, hinter dem sich aber schlicht neue kreative Kampagnen statt klassischer Werbung verbergen.

Guerilla-Marketing will im „Kampf um die Kunden“ Aufmerksamkeit erzeugen durch überraschende, originelle, geschickte, unterhaltsame und manchmal auch provozierende Aktionen. Und das möglichst mit Einsatz eines kleinen Budgets.

Mehr zu diesem wirklich reizvollen Thema erfahren Sie also in einem Vortrag von Guerilla Marketing-Spezialist Thomas Patalas – bekannt durch Vorträge, Veröffentlichungen und Fernsehauftritte zu diesem Thema. Er wird in diesem Vortrag seine individuelle Sichtweise zur aktuellen Guerilla-Marketing-Diskussion erläutern und Beispiele von eindrucksvollen und erfolgreichen Aktionen vorstellen. Das aktuelle Buch von Thomas Patalas „Guerilla Marketing – Ideen schlagen Budget“ (Cornelsen, Berlin 2006) ist zwischenzeitlich sogar in der Bestseller-Liste der Financial Times Deutschland angekommen.

Referentenprofil:



Thomas Patalas ist seit mehreren Jahren Lehrbeauftragter der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf sowie IHK-Dozent. Seine 1998 gegründete „Agentur für Lokales Marketing – MAKS“ berät bundesweit viele namhafte Unternehmen im Bereich Neues Marketing.

Neben den Seminaren hält der Sozialwissenschaftler Vorträge über aktuelle Entwicklungen des Marketing und ihre Bedeutung für den Mittelstand.

Sein aktuelles Buch heißt „Guerilla Marketing – Ideen schlagen Budget“ und ist 2006 im Cornelsen Verlag erschienen und erreichte mittlerweile die Bestsellerliste der Financial Times Deutschland.

Inhalte des Vortrags
(ca. 75 min):

- Was ist Guerilla Marketing?
- Warum gibt es überhaupt Guerilla Marketing?
- Was Sie über Ihre Kunden wissen müssen
- Ab wann ist eine Idee originell?
- Wie Sie die Medien einbinden
- Wie Sie Ihre Kunden einbinden
- Viele Beispiele aus der Praxis

Honorar:

1.500 Euro *

*zzgl. Reisekosten und MwSt

Aktuelle Referenzen für den Guerilla Marketing-Vortrag:

- Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- IHK Mittlerer Niederrhein
- Deutsche Post – Kongress „ideenbörse“ Stuttgart und Berlin
- Aktionsgemeinschaft Zentrum Coburg e.V.
- Aktionskreis Geilenkirchen
- Thomas Cook
- „NT-Vision“, Osnabrück
- Werbegemeinschaft Wegberg
- DIN@MIT GmbH – Dinslakener Agentur
für Marketing, Investitionsförderung und Tourismus
- Unternehmergeinschaft „sauerlandinitiativ“
- Landesverband Gartenbau Rheinland e.V.
- Einzelhandels- u. Dienstleistungsverband Aachen-Düren e.V.
- Marketingclub Mönchengladbach
- Wirtschaftsförderung Velbert
- Symposium Oeconomicum Muenster
- FIZZZ-Fachmagazin Szene-Gastronomie
- NT-Vision Osnabrück



Postanschrift: Postfach 68 02 09 · 50705 Köln

**MAKS – Marketing und
Kommunikationsservice**
Thomas Patalas
Dömgestr. 1
41238 Mönchengladbach

Mitglied im Zentralverband Gartenbau

Haus des Rheinischen Gartenbaues
Amsterdamer Straße 206
50735 Köln-Niehl

Postfach 68 02 09 · 50705 Köln
Telefon 02 21-71 51 00
Telefax 02 21-7 15 10 31

e-mail: info@gartenbau-rheinland.de
www.gartenbau-rheinland.de

31. Januar 2007
Es-Gw/Patalas_070131a

Ihr Vortrag „Guerilla-Marketing“ am 12. Dezember 2006

Sehr geehrter Herr Patalas,

zuletzt auf unserem Beratungsstand auf der Internationalen Pflanzenmesse 2007 in Essen wurden wir wieder von Mitgliedsbetrieben auf Ihren Vortrag

„Guerilla-Marketing“ – Kreativer Ausweg aus dem Werbedschungel

angesprochen. Wir wurden nochmals gebeten, Ihnen ausdrücklich die Begeisterung aus dem Zuhörerkreis mitzuteilen. Die Teilnehmer unserer Tagung, die sich aus kleineren Gärtnereien mit Blumeneinzelhandel bis hin zum familiengeführten Gartencenter zusammensetzte, hoben vor allem hervor, dass Sie trotz der sehr unterschiedlichen Werbebudgets grundsätzlich den Bedarf geweckt haben, über alternative Werbemöglichkeiten nachzudenken. Dabei ist es Ihnen gelungen, komplexere Sachverhalte aus der Marktforschung durch zahlreiche Beispiele durchgeführter „Guerilla-Kampagnen“ anschaulich darzustellen.

Damit haben Sie bei den anwesenden Unternehmern, die sich alle bisher mit herkömmlichen Jahreswerbeplänen beschäftigten, kreative Überlegungen für neue Werbemaßnahmen freigesetzt.

Als Veranstalter möchten wir nochmals den unterhaltsamen Vortragsstil und Moderation der an den Vortrag anschließenden Diskussion hervorheben, der unsere Mitglieder bis zuletzt gefesselt hat.

Wir gehen deshalb davon aus, dass Sie nach der „Premiere“ in unserem Landesverband und der damit verbundenen Nachberichterstattung in der Fachpresse demnächst öfter „unter Gärtnern“ zu Gast sein werden.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen für Ihre weitere Arbeit viel Erfolg und verbleiben

mit freundlichen Grüßen
Die Geschäftsführung


Heiner Esser

Dinslakener Agentur für

DIN@MIT

Marketing - Investitionsförderung - Tourismus

DINAMIT GmbH Friedrich-Ebert-Str. 44-46 D-46535 Dinslaken

MAKS – Marketing und Kommunikationsservice
Herrn Thomas Patalas
Dömgesstr. 1

41238 Mönchengladbach

Friedrich-Ebert-Str. 44-46
D - 46535 Dinslaken

Tel.: +49 (0)2064 / 605 304
Fax: +49 (0)2064 / 605 159

Geschäftsführer: Eckart Preen

E-Mail: info@din-amit.de
Internet: www.din-amit.de

Dinslaken, 05.02.2007

Seminarreihe „Kreativer Einzelhandel“ in Dinslaken

Sehr geehrter Herr Patalas,

für Ihren Einsatz als Referent zum Thema „Guerilla Marketing“ im Rahmen unserer Seminarreihe „Kreativer Einzelhandel“ am 20.11.2006 und 22.01.2007 möchte ich mich noch einmal herzlich bedanken!

Ihre beiden inhaltsreichen und gut strukturierten Vorträge zu Definitionen und Grundidee des Guerilla Marketing (Teil 1) und zu dessen praktischen Anwendungsmöglichkeiten gerade für kleine und mittelständische Unternehmen (Teil 2) haben in dieser seit Juni 2005 laufenden Seminarreihe sicherlich einen besonderen Höhepunkt dargestellt und sind – wie ich aus mehreren Rückmeldungen weiß – von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern äußerst positiv aufgenommen worden.

Das dabei von Ihnen vorgetragene Credo „Ideen schlagen Budget“ passte in hervorragender Weise in unsere eigene Philosophie, dass man gerade im Einzelhandel mit Kreativität sehr viel erreichen und auf ständige „Rabattschlachten“ verzichten kann.

Unter anderem dank Ihrer Anregungen werden wir hier in Dinslaken in Kürze auch noch einen Kreativitätsworkshop mit einigen interessierten Händlern durchführen, von dem wir uns viele gelungene Aktionen für das nächste Dinslakener „Late Night Shopping“ und weitere Events im hiesigen Einzelhandel erhoffen. Ihre zahlreichen guten Ideen, die Sie in Ihren Vorträgen anhand sehr überzeugender und anschaulicher Beispiele verdeutlicht haben, werden hierzu einen wichtigen Beitrag leisten.

Mit freundlichen Grüßen


Eckart Preen
Geschäftsführer