

No Budget Marketing

Het slimme alternatief voor het vinden en binden van klanten

Wilt u zonder torenhoge marketingbudgetten nieuwe klanten vinden en bestaande klanten aan u binden? No Budget Marketing is een slim alternatief voor nóg vaker adverteren, wéér een mailing en nóg mooiere brochures.

In deze humorvolle presentatie laat bestsellerauteur Jos Burgers zien hoe u fiks op uw marketingbudget bespaart door uw dure reclamecampagnes te vervangen door een gerichte, messcherpe strategie. U maakt kennis met een andere manier van denken die geld bespaart én extra klanten oplevert. Want wat is nu geloofwaardiger: een voorgekookte reclameboodschap of mond-tot-mondreclame van een oprecht tevreden klant? No Budget Marketing betekent op een andere manier omgaan met klanten en media. Ontdek niet alleen hoe u van uw klanten ambassadeurs maakt. Leer ook hoe u de pers op uw hand krijgt en nieuwe klanten zélf kennis laat maken met uw product of dienst. Een eerste goede ervaring is de allerbeste reclame!

Is er in 'No Budget Marketing' dan geen plaats voor reclame? Integendeel: No Budget Marketing laat zich uitstekend combineren met traditionele marketing- en communicatietechnieken. Jos Burgers laat u zien welk middel het meest effectief is voor welk doel, en hoe Budget Marketing en No Budget Marketing elkaar kunnen versterken. Dus of uw marketingbudget nu groot of klein is, No Budget Marketing is een onmisbare aanvulling op uw marketinggereedschapskist.

Spreker

Jos Burgers is auteur van bestsellers als *Industriële marketing*, *Relatiebeheer als Groeistrategie*, *Professionals & Relatiemanagement*, *Zeven marketingwetten voor professionals*, *No Budget Marketing* en *Klanten zijn eigenlijk nét mensen!* Dit laatste boek was het bestverkochte managementboek van 2006.

In 2009 schreef hij een managementroman over klantgerichtheid, met als titel *Hondenbrokken*. Het was het bestverkochte managementboek van dat jaar. In 2011 verscheen *Geef nooit korting!*, over hoe om te gaan met prijsdruk. In 2012 kwam *Gek op gaten* uit, over het verbeteren van de klantgerichtheid van medewerkers. Het was het bestverkochte managementboek van dat jaar.

Zijn laatste boek, uitgebracht in 2014, is getiteld *De Wet van Snuf*. Die titel gaat over de kracht van geven bij het versterken van relaties en is uitgeroepen tot het bestverkochte managementboek van 2014.