



# Kostengünstige und effiziente Marketingstrategien für junge Unternehmen



# Agenda

- Was ist eine Strategie?
- Was gehört zu einer Marketingstrategie?
- Der Maßnahmenplan
- Die Erfolgsmessung
- Aus der Praxis
- Literatur

# Was ist Strategie?

## **Clausewitz:**

„Strategie ist der Gebrauch des Gefechts zum Zweck des Krieges.“

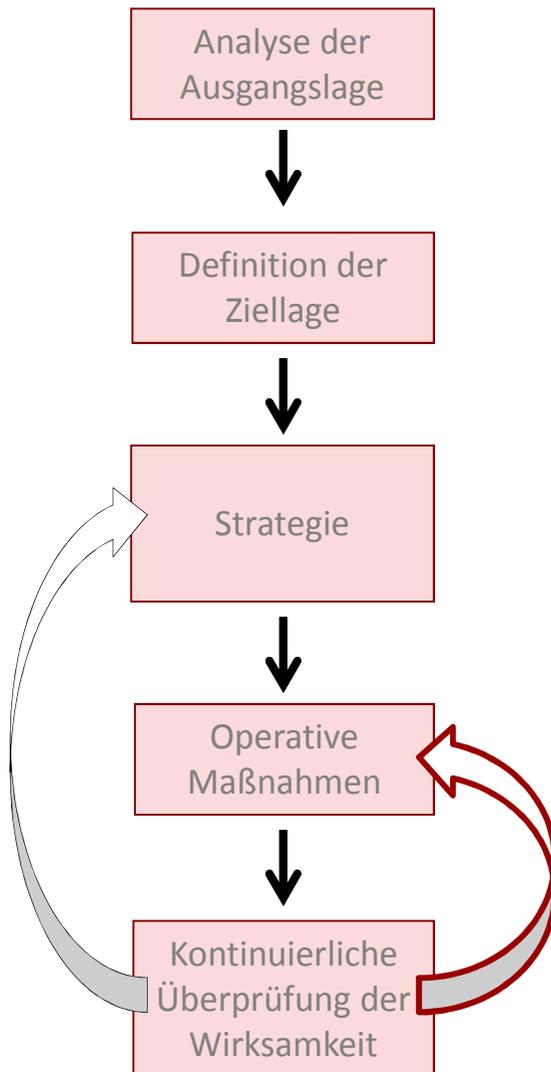


## **Wikipedia:**

„Strategie sowie die strategische Planung legt einen grundsätzlichen und zielorientierten Handlungsrahmen zur Erreichung eines militärischen Zieles fest, der sich an einem langfristigen Zeitrahmen orientiert. Insofern unterscheidet sich Strategie deutlich von Operationsführung und Taktik (Militär), die kurzfristig wirken. Strategie setzt sich mit der Koordination militärischer Kräfte und Kräfteansätzen auf unterschiedlichen Kriegsschauplätzen zur Erreichung eines gemeinsamen und mehr übergeordneten Zieles auseinander.“



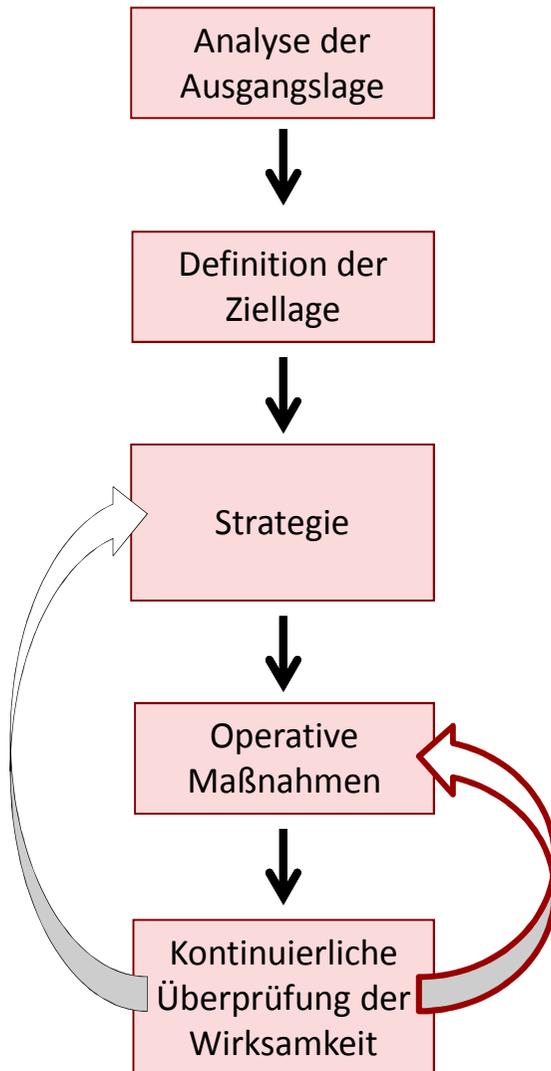
# Was ist Strategie?



## Was ist Strategie?

- Dient der Erreichung eines übergeordneten Ziels
- Ist an einem langfristigen Zeitrahmen orientiert
- Liefert einen grundsätzlichen Handlungsrahmen
  - für operative Maßnahmen
  - auf unterschiedlichen Schauplätzen
  - mit abgestimmtem Ressourceneinsatz

# Was gehört zu einer Marketingstrategie?



- SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)
- Markt-, Kunden-, Wettbewerbsanalysen
- usw.
  
- Marktanteil von x % im Markt y
- Umsatz von x EUR
- Bei EBIT Marge von x %
- usw.
  
- Preisvorteilsstrategie, Qualitätsstrategie, Nischenstrategie usw.
- Strategieempfehlungen aus Analyse-Tools
  
- Produktpolitik
- Preispolitik
- Vertrieb
- Kommunikation

# Was gehört zu einer Marketingstrategie?



# Was gehört zu einer Marketingstrategie?

## Beispiel Gap-Analyse

- Unternehmen erzielt 2011 einen Umsatz von 500.000 EUR
- Für 2012 plant die Geschäftsführung einen Umsatz von 600.000 EUR
- In den vergangenen Jahren lag das jährliche Umsatzwachstum bei 5%
- 5% von 500.000 sind 25.000 → prognostizierter Umsatz 2012: 525.000 EUR
- Konsequenz:
  - Entweder ist die Planung unrealistisch
  - Oder es gilt, eine Lücke von 75.000 EUR zu schließen
    - Z.B. Expansionsstrategie:  
einen zusätzlichen Markt mit zusätzlichen Ressourcen adressieren
    - Entsprechende Maßnahmen verabschieden

# Was gehört zu einer Marketingstrategie?

## Beispiel Portfolioanalyse

starkes Marktwachstum	Questionmarks  o	Stars  O
schwaches Marktwachstum	Poor Dogs  o	Cash Cows  O
	geringer Marktanteil	hoher Marktanteil

### Normstrategien:

- Stars => Investieren
- Questionmarks => Selektieren
- Cash Cows => Abschöpfen
- Poor Dogs => Desinvestieren

# Der Maßnahmenplan

## Gliederung nach (4P / „Marketing-Mix“)

- Produktpolitik (Product)
- Preispolitik (Price)
- Vertrieb (Place)
- Kommunikation (Promotion)

# Der Maßnahmenplan

## Produktpolitik (Product)

- Ausstattungsmerkmale
- Qualität
- Design
- Markenname
- Verpackung und Verpackungsgrößen
- Service & Garantie
- ...

# Der Maßnahmenplan

## Preispolitik (Price)

- Listenpreise und Abgabepreise
- Rabatte und Preisstaffeln
- Mindestverkaufspreise
- Zahlungsbedingungen
- Finanzierungskonditionen
- ...

# Der Maßnahmenplan

## Vertrieb (Place)

- Vertriebskanäle
- Räumliche Verteilung
- Anreizsysteme
- Lagerhaltung
- Warenlogistik
- ...

# Der Maßnahmenplan

## Kommunikation (Promotion)

- Logo und Corporate Design
- Website und SEO
- Prospekte, Broschüren, Präsentationen
- Werbung (Anzeigen und Spots)
- Public Relations (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Social Media / virales Marketing
- Verkaufsförderung / Aktionen
- Messen und Veranstaltungen
- Briefings / Leitfäden für den persönlichen Verkauf
- ...

# Der Maßnahmenplan

## Kommunikation (Promotion) – speziell für junge Unternehmen?

- Logo und Corporate Design → **Muss**
- Website und SEO → **Muss**
- Prospekte, Broschüren, Präsentationen → **Muss**
  
- Werbung (Anzeigen und Spots) → **Kann**
- Public Relations (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) → **Kann**
- Social Media / virales Marketing → **Kann**
- Verkaufsförderung / Aktionen → **Kann**
- Messen und Veranstaltungen → **Kann**
- Briefings / Leitfäden für den persönlichen Verkauf → **Kann**
- ...

# Die Erfolgsmessung

## Erreichen Sie Ihre Ziele? – Machen Sie Erfolg messbar!

- Auswertung der Absatz- und Ertragszahlen
- ToDo-Listen (incl. Ziel, Ressourcen- und Zeiteinsatz) für alle Bereiche:
  - Produktmanagement
  - Vertrieb
  - MarCom
- Besuchsberichte
- Customer Relationship Management
- Auswertung von Website Traffic und Suchmaschinenranking
- Kundenumfrage
- Professionelle Medienauswertung
- Messekostenanalyse
- ...

### Was ist wichtig? Was machen viele falsch?

- Erstellen Sie einen Plan!
  - Setzen Sie realistische Ziele. Beachten Sie die „Friktion“.
- Denken Sie vom Markt her!
  - Was benötigen Ihre Kunden? Marktpreise statt Kostenpreise
- Was treibt Ihr Wettbewerb? Wer ist Ihr Wettbewerb?
  - Indirekten Wettbewerber? Disruptive Technologien?
- Nicht verzetteln! Setzen Sie Prioritäten.
  - ABC-Kategorisierung in allen Bereichen
- Gehen Sie's professionell an! Keine Kompromisse an falscher Stelle.
  - Nehmen Sie Unterstützung an.

# Literatur

- Fritz, W., Oelsnitz, D. v. d., Marketing
- Homburg, C., Schäfer, H., Beutin, N., Sales Excellence
- Kerth, K., Asum, H., Strategietools
- Kotler, P., Die 10 Todsünden im Marketing
- Kotler, P., Grundlagen des Marketing
- Kotler, P., Marketing Management
- Rumler, A., Marketing
- Schaible, J., Hönig, A., High-Tech-Marketing

Suchmaschinen-Ranking-Überwachung:

- [www.ranking-spy.com](http://www.ranking-spy.com)

## Kontakt

### Adremcom Unternehmenskommunikation

Dr. Markus Diehl  
Grabenstr. 31  
96114 Hirschaid  
Phone: +49 (0)9545 308 23 700  
Fax: +49 (0)9545 308 23 709  
E-Mail: markus.diehl@adremcom.de

Immo Gehde  
Biberstr. 1  
50519 Köln  
Phone: +49 (0)221 99 28 171  
Fax: +49 (0)221 99 28 172  
E-Mail: immo.gehde@adremcom.de

