

So
verbessern
Sie Ihren
Marketing-
erfolg

DURCHBLICK

mehr Klarheit
für mehr Erfolg

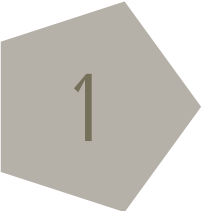


Eine Übersicht über die zehn entscheidenden Faktoren

Konsequentes und zielgerichtetes Marketing ist elementar für jedes Unternehmen, um sich im Markt zu positionieren, die eigenen Leistungen zu präsentieren, ein attraktives Image aufzubauen, Kunden zu gewinnen und zu binden. Leider wird Marketing in vielen Unternehmen nach wie vor sehr stiefmütterlich behandelt; mit dem Ergebnis, dass

es oft nicht die gewünschten Effekte erzielt, was gegebenenfalls dazu führt, dass es noch weniger Beachtung findet: ein Teufelskreis. Um diesen zu durchbrechen oder sich gar nicht erst darin zu verfangen, lohnt ein Blick auf die nachfolgende Liste. An welchen Punkten hakt es bei Ihnen mit dem Marketing?





1

Interesse

Marketing ist Chefsache. Das wusste schon Helmut Maucher, seinerzeit Generaldirektor von Nestlé. Doch wie wichtig nehmen Sie Ihr Marketing? Neigen Sie gegebenenfalls dazu, es als lästiges Thema vor sich herzuschieben und immer wieder hintenanzustellen?



2

Expertise

Wer kümmert sich täglich um Ihr Marketing, sofern Sie keine Marketingabteilung haben? Häufig ist die Assistenz der Geschäftsleitung dafür zuständig. Da läuft das Marketing dann so nebenbei und obendrein ist die Assistenz nur selten für diese Aufgabe ausgebildet.



3

Zielklarheit

Sind Sie sich darüber im Klaren, was Sie mit Ihrem Marketing erreichen wollen? Woran Sie Erfolg messen? Ist das Ziel nicht klar, ist es kaum möglich, eine passende Strategie zu entwickeln geschweige denn zu überprüfen, wie fruchtbar Ihre Mühen sind.



4

Marktexpertise

Umfassende Marktrecherchen sind unumgänglich, wenn Ihr Marketing Interesse wecken und Nachfrage erzeugen soll. Das heißt, Sie sollten genau wissen, was den Markt und Ihre Kunden bewegt und mit welchen Angeboten sich Ihre Wettbewerber positionieren.



5

Strategie

Marketing erfolgt vielerorts nach dem Motto „Wir müssten mal wieder...“ Gutes Marketing folgt einer klaren – aus Zielen abgeleiteten – Strategie: Wen wollen Sie wann mit welchen Botschaften und welchen Maßnahmen ansprechen? Entwickeln Sie einen detaillierten Plan inklusive Terminen und nötigen Arbeitsschritten.



6

Budgetplanung

Analog zu Ihrer Strategie benötigen Sie eine fundierte Budgetplanung. So stellen Sie sicher, dass Sie den Überblick behalten und später Ihren Return-on-Invest überprüfen können. Am besten Sie planen bereits zu Beginn des Jahres einen festen Etat für Ihr Marketing ein.



7

Kreativität

Gutes Marketing lebt von einer ordentlichen Portion Kreativität. Dabei müssen Sie sich nicht an den schillernden Kampagnen und Slogans preisgekrönter Werbeagenturen orientieren. Kreativität zeigt sich auch in außergewöhnlichen Maßnahmenideen und in dem Blick für Details.



8

Maßnahmenvielfalt

Führen Sie Jahr für Jahr die gleichen Marketingmaßnahmen durch? Gerne weiter so, wenn Sie damit die gewünschte Resonanz erzielen, aber bitte nicht aus purer Gewohnheit. Überlegen Sie regelmäßig, was Sie ändern, womit Sie den Markt, Ihre Kunden überraschen könnten.

9

Konsequenz

Ihr Marketing sollte nicht nur Ihrem Absatz, sondern auch Ihrem Image und der Erhöhung Ihrer Bekanntheit dienen. Dafür braucht es einen längeren Atem. Hier zahlen sich regelmäßige Präsenz und die konsequente Umsetzung verschiedener Maßnahmen aus.

10

Evaluation

Gehen nach der Schaltung einer Anzeige, einem Social Media Post, einem Messeauftritt die Zugriffe auf Ihrer Website nach oben? Und macht sich das auch im Hinblick auf Ihren Absatz bemerkbar? Überprüfen Sie regelmäßig die Wirkung Ihrer Marketingmaßnahmen und passen Sie Ihre Strategie entsprechend an.



Wollen Sie Ihr Marketing endlich wie beschrieben planen und umsetzen? Wünschen Sie sich dabei eine Beraterin an Ihrer Seite, die stets für den nötigen Durchblick sorgt? Dann vereinbaren Sie einfach einen Termin für ein unverbindliches Kennenlernen.



DURCHBLICK

Pamela Jane Urick

www.urick-durchblick.de

+49-821-86114

post@urick-durchblick.de