

Grundsätze des Marketings

Elementare Grundsätze: Guerilla-Methode

Um ein Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen zu können, muss ein Unternehmen eine Beziehung mit dem Kunden herstellen. Diese muss auf Vertrauen und Verständnis basieren. Das Unternehmen muss die Anforderungen des Kunden verstehen und ein Produkt bereitstellen, das den versprochenen Nutzen liefert.

-- Jay Levinson, The Guerilla Marketer's Handbook

Der Autor dieses Buchs ist kein anderer als Jay Conrad Levinson, Erfinder des Begriffs „Guerilla-Marketing“ und Autor der Bestsellerreihe zum Thema Marketing. Nehmen wir uns zu Beginn des Kurses einen Moment Zeit und betrachten das obige Zitat genauer. Levinson titulierte diese drei Vorgaben als das „Guerilla-Manifest“. Durch sie wird beschrieben, was tatsächlich für den Start einer Marketingkampagne unerlässlich ist und Ihrem Unternehmen zum Erfolg verhilft. Betrachten wir nun das Marketing-Manifest Punkt für Punkt.

Der Kunde ist König und andere wichtige Tatsachen

Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen Beziehungen zu Kunden aufbauen. Starke, beständige Beziehungen, die den Erfolg eines Unternehmens garantieren, basieren auf folgenden Faktoren:

- Herstellen von Vertrauen und Übereinstimmung
- Verstehen der Kundenanforderungen
- Bereitstellen eines wahren Nutzens für die Kunden

Diese drei Vorgaben beruhen in vielerlei Hinsicht auf einem zentralen Konzept: Die Beziehungen zwischen erfolgreichen Unternehmen und ihren Kunden sind von einem umsichtigen Verständnis und einer zuverlässigen Erfüllung von Anforderungen abhängig. Der Geschäftsinhaber versteht, was Kunden benötigen und setzt alles daran, diesen Anforderungen gerecht zu werden. Darüber hinaus vertritt Levinson die Auffassung, dass auf einen erfolgreichen Geschäftsinhaber auch Folgendes zutrifft:

- Er weiß, dass die Bedeutung der Botschaft wichtiger ist als die Anzahl Personen, die sie vernehmen. "Ein Verfechter der Guerilla-Strategie erreicht lieber zehn Menschen mit einer aussagekräftigen Botschaft als 100 Menschen mit einer unzulänglichen Botschaft."

- Er weiß, dass der einzige Schlüssel für langfristigen Erfolg in der Bereitstellung eines wahren Nutzens liegt. Es ist toll, wenn Sie Ihren Kunden Leistung

Lernen Sie in diesem Artikel:

- Grundsätze des Marketings
- Guerilla-Methode
- Kundenbeziehung
- Kundenanforderungen

Inhalt

Allgemeine Informationen zum Marketing.....	1
Aufbau einer Kundenbeziehung.....	1
Der erfolgreiche Geschäftsinhaber.....	1
Elementare Grundsätze.....	2
Verstehen der Kundenanforderungen.....	2

Partner für diesen Artikel:

Dieser Artikel basiert auf dem Online-Kurs Grundsätze des Marketings von HP.

Diesen und weitere Onlinekurse können Sie auf der HP-Webseite unter www.hp.com/de/inhouse finden.



invent

gen versprechen, doch wenn Sie sie nicht einhalten, werden Sie im Nu Kunden verlieren! Außerdem müssen Sie den Kunden etwas verkaufen, was sie benötigen, und nicht etwas, was Sie verkaufen möchten. Selbst wenn Sie der beste Pelzmantelhersteller der Tropen sind: Sie können in einem lokalen Markt so viel Werbung betreiben, wie Sie möchten, und dennoch werden Sie nicht einen Mantel verkaufen. Sie müssen Ihren Markt stattdessen auf kältere Klimazonen ausweiten oder Ihre Fähigkeiten nutzen und etwas produzieren, was die Menschen in Ihrer Region tatsächlich verwenden können.

- Er versteht die Bedeutung der Positionierung eines Unternehmens in Bezug auf die Konkurrenten und Marktführer auf dem gleichen Gebiet. Wenn Sie ein leckeres Cola-Getränk herstellen, dann viel Glück im Wettbewerb mit den großen Produzenten. Um auf sich aufmerksam zu machen, müssen Sie etwas Besonderes anbieten. Zum Beispiel ein Cola-Getränk, das mit einem Süßstoff gesüßt ist, der keine Kalorien und keinen Nachgeschmack hat und auch noch gut für die Zähne ist!

- Er versteht die Bedeutung von durchdachten Budgetierungen. Wenn sich ein marketingbewusster Geschäftsinhaber beispielsweise entschließt, eine Zeitungsannonce aufzugeben, wird er dafür professionelle Grafiker beauftragen, damit das Unternehmen von seiner besten Seite präsentiert wird.

- Er weiß, wie wichtig Engagement ist. Nur die besten Werbekampagnen bringen sofortige und langfristige Verbesserungen. Es braucht Zeit, um Vertrauen und Verständnis aufzubauen. Marketingbewusste Geschäftsinhaber sind sowohl gewissenhaft als auch geduldig. Sie ändern nicht mittendrin den Kurs, nur weil sie nicht schnell genug Ergebnisse sehen.

Elementare Grundsätze: Einige Worte von der SBA

Levinson ist natürlich nicht der einzige, der etwas zum Thema Marketing beizutragen hat. Wenn Sie sich umsehen, werden Sie bemerken, dass im Bereich Marketing in Ihrem Buchladen vor Ort tausende von Titeln zu diesem Thema erhältlich sind, von denen viele wertvolle Tipps enthalten. Lassen Sie uns einen Blick auf andere Tipps werfen, genauer gesagt auf die Ratschläge, die von der Small Business Administration der US-Regierung (SBA) ausgegeben werden. (Diese Website ist nur auf Englisch verfügbar. Sie ein Beispiel für eine Website aus den USA, wo das Marketing sehr fortschrittlich ist). Der SBA zufolge basiert Marketing auf zwei elementaren Grundsätzen. Einer davon gibt das Manifest von Levinson wieder, der andere lautet anders, ist aber ebenso wichtig.

- Der erste Grundsatz besagt Folgendes: "Alle Unternehmensrichtlinien und -aktivitäten sollten auf die Erfüllung der Anforderungen der Kunden ausgerichtet sein." Darin spiegeln sich deutlich die Ideen von Levinson wider.

- Bei dem zweiten Grundsatz geht es um ein Thema, das wir noch nicht näher betrachtet haben. "Ein profitables Absatzvolumen", so die SBA "ist wichtiger als ein maximales Absatzvolumen". Mit anderen Worten: Erfolg hängt nicht von der Menge ab. Ein erfolgreiches Unternehmen kann auch sehr klein sein, ganz einfach deshalb, weil das der gewinnbringendste Faktor des Unternehmens ist. Durch Wachstum kann ein Unternehmen auch zugrunde gerichtet werden. Wenn in Ihrem Unternehmen beispielsweise sehr stark auf Details geachtet wird, können Sie das Unternehmen durch Einstellung weiterer Mitarbeiter zur Erlangung weiterer Kunden



inhousemarketing

zugrunde richten. Warum? Wenn Sie Mitarbeiter einstellen, die Sie nicht entsprechend schulen und betreuen können, können Sie Ihre wichtigste Leistung nicht mehr erfüllen, und Ihre Kunden werden Ihnen nicht mehr vertrauen, dass Sie halten, was Sie versprechen

Verstehen der Kundenanforderungen

Die meisten Geschäftsinhaber verfügen über ein intuitives Verständnis im Hinblick auf die Anforderungen Ihrer Kunden. Doch Sie können dieses intuitive Verständnis noch viel gewinnbringender einsetzen, wenn Sie es deutlich aussprechen und analysieren. Nur dann können Sie wirklich verstehen, wie Sie Kundenbeziehungen, die Ihrem Unternehmen im Laufe der Zeit zum Erfolg verhelfen werden, am effektivsten aufbauen können. Dies ist ein zentrales Thema sowohl bei Levinson als auch bei der Formulierung von Marketing der SBA. Stellen Sie sich bei der Erstellung Ihres Marketingplans als Erstes die folgenden Fragen (basierend auf einer von der SBA bereitgestellten Liste).

1. Wer sind meine Kunden?
2. Wo befinden sich meine potenziellen Kunden?
3. Welcher Typ Mensch sind meine Kunden? Wie viel verdienen sie? Was benötigen sie?
4. Wo leben sie?
5. Sind sie kaufkräftig? Werden Sie Käufe bei mir tätigen?
6. Biete ich meinen Kunden einen wahren Nutzen, zum richtigen Zeitpunkt

und auf die gewünschte Art und Weise?

7. Habe ich für mein Unternehmen den besten Standort gewählt?

8. Sind meine Preise angemessen?

9. Wie denken Kunden über mein Unternehmen?

10. Wer sind meine Konkurrenten?

11. Inwiefern ist mein Unternehmen mit den Konkurrenzunternehmen vergleichbar? (hp)



© 2007 www.inhouse-marketing.de

Weitergabe sowie Vervielfältigung dieses Dokuments, Verwertung und Mitteilung seines Inhalts sind verboten, soweit nicht ausdrücklich gestattet. Zuwiderhandlungen verpflichten zu Schadenersatz. Alle Rechte für den Fall der Patent-, Gebrauchsmuster- oder Geschmacksmustereintragung vorbehalten.

Der Autor ist bestrebt, in allen Publikationen die Urheberrechte der verwendeten Grafiken, Bilder, Sounds und Texte zu beachten und die Urheber zu kennzeichnen. Sollte sich in diesem Dokument/ dieser Präsentation dennoch ungekennzeichnete, aber durch fremdes Copyright geschützte Grafik, Sound, Bild oder Text befinden, so ist dies ein unbeabsichtigtes Versehen oder das Copyright konnte vom Autor nicht festgestellt werden. Im Falle einer solchen unbeabsichtigten Copyrightverletzung wird der Autor das entsprechende Objekt kenntlich machen.

© 2007 www.inhouse-marketing.de