

NUTZEN SCHAFFT VORSPRUNG



DIE REISE DES HELDEN

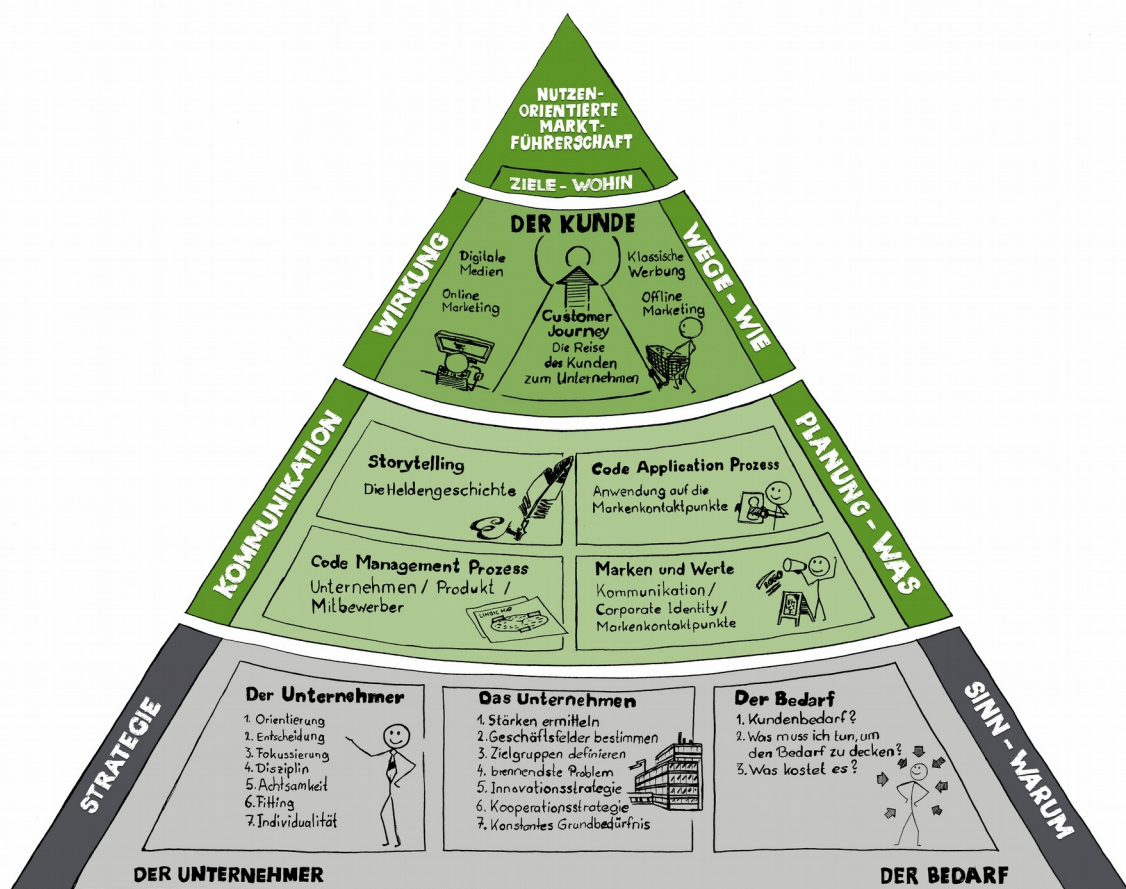
FRAGEBOGEN ZUM STRATEGISCHEN MARKETING

Die Reise des Helden





Marktführung durch Nutzenmaximierung



die Pyramide Markt.machen

Was hält Sie davon ab, Ihren Markt zu dominieren, weil Sie die **beste Lösung** für die **brennendsten Probleme** Ihrer Kunden anbieten?



Strategie



- Der Sinn – des Warum
- Corporate Identity – Vision / Mission / Philosophie
- Engpassorientierte Strategie
- Positionierung

<p>Wie lautet Ihr Unternehmensleitbild?</p> <p>Das Leitbild sagt, warum Sie das tun, was Sie tun. Es sollte auf ein T-Shirt passen</p>	
<p>Was ist unsere gegenwärtige Mission?</p> <ul style="list-style-type: none">- Vor welchen Herausforderungen stehen wir?- Welche Chancen bieten sich uns?- Muss unser Auftrag neu überdacht werden?	
<ul style="list-style-type: none">- Wer ist unser wichtigster Kunde?- Wer sind unsere Nebenkunden?- Wie werden sich unsere Kunden verändern? <p>„Ihr Erfolg hängt letztlich davon ab, was Sie zum Erfolg Ihrer Kunden beigetragen haben, wie Sie ihre Kunden noch erfolgreicher gemacht haben.“</p>	

Die Reise des Helden



<ul style="list-style-type: none"> - Wie definieren wir Ergebnisse? - Sind wir erfolgreich? - Wie sollten wir Ergebnisse definieren? - Was müssen wir ausbauen oder aufgeben? <p>„Jede Organisation muss festlegen, was begutachtet und beurteilt wird und dann seine Ressourcen bündeln, um Ergebnisse zu erzielen.“</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Wie definieren wir Ergebnisse? - Sind wir erfolgreich? - Wie sollten wir Ergebnisse definieren? - Was müssen wir ausbauen oder aufgeben? <p>„Jede Organisation muss festlegen, was begutachtet und beurteilt wird und dann seine Ressourcen bündeln, um Ergebnisse zu erzielen.“</p>	
<p>Haben Sie eine Unternehmensvision?</p>	<p>0% 50% 100%</p>
<p>Haben Sie schriftlich definierte Ziele?</p>	<p>0% 50% 100%</p>
<p>Haben Sie Ablaufplanungen schriftlich definiert?</p>	<p>0% 50% 100%</p>
<p>Zählt für Sie Qualität?</p>	<p>0% 50% 100%</p>
<p>Sind Sie auf den Bedarf Ihres Kunden spezialisiert?</p>	<p>0% 50% 100%</p>
<p>Führen Sie eine aktive Bedarfsermittlung Ihrer Kunden?</p>	<p>0% 50% 100%</p>



Ihre Ziele / Wünsche : als Unternehmer

2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 | 2033 | 2034 | 2035



Kommunikation



- Der Weg – die Planung
- Definition und Transport der Werte Ihres Unternehmens
- Corporate Design, Corporate Behavior, Corporate Communication, Corporate Culture
- Storytelling
- Markenkontaktpunkte

Wie wichtig ist Ihnen Ihre Marke?	0%	50%	100%
Kennen Sie den emotionalen Schwerpunkt Ihrer Marke?	0%	50%	100%
Kennen Sie den emotionalen Schwerpunkt der Marke Ihrer Mitbewerber?	0%	50%	100%
Setzen Sie Storytelling ein	0%	50%	100%
Haben Sie einen Überblick über Ihre gesamten Markenkontaktpunkte?	0%	50%	100%
Haben Sie einen Kommunikationsprozess, schriftlich?	0%	50%	100%
Kennen Sie das Medienverhalten Ihrer Zielgruppe?	0%	50%	100%
Sind Ihre Produkte als Markenprodukte erkennbar?	0%	50%	100%
Vertreten Sie ein Wertesystem?	0%	50%	100%
Welche Werte spiegeln sich in Ihrer Marke wider?			



Wirkung



- Der Weg – das Wie
- Die Umsetzung der Customer Journey
- digitale und reale Kommunikation

Haben Sie einen Kunden Avatar, d.h. genaue Beschreibung Ihrer Zielgruppe	0%	50%	100%
Veranstalten Sie Info -Tage?	0%	50%	100%
Haben Sie ein Kundenkartei-System?	0%	50%	100%
Nutzen Sie die 3-Vorschläge Methode?	0%	50%	100%
Haben Sie Nachfassaktivitäten für Angebote?	0%	50%	100%
Haben Sie eine Termin-Ablauf-Planung?	0%	50%	100%
Weisen Sie Ihre Mitarbeiter bei jedem Projekt ein?	0%	50%	100%
Führen Sie nach getaner Arbeit eine Abnahme durch?	0%	50%	100%
Fragen Sie jeden Kunden ob er betreut werden möchte?	0%	50%	100%
Arbeiten Sie systematisch auf Empfehlungen zu?	0%	50%	100%
Erkennen/Notieren Sie aktiv Chancen für Folgeaufträge?	0%	50%	100%
Bieten Sie Nachbetreuung an?	0%	50%	100%
Kennen die Mitarbeiter den Namen des Kunden?	0%	50%	100%
Haben Sie ein systematisches Mailingsystem?	0%	50%	100%
Haben Sie Nachfassmailings im Einsatz?	0%	50%	100%
Senden Sie Briefe über neue Leistungen?	0%	50%	100%
Haben Sie ein aktives Empfehlungsmarketing?	0%	50%	100%



Die Customer Journey

Die Reise des Kunden zum Unternehmen

Zielgruppe



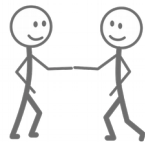
„Die Gruppe an Menschen, denen Sie den größten Nutzen bieten“

Adressgruppe



„Der einzelne Mensch, den Sie ansprechen möchten“

Erstkontakt



„Er kennt Sie nicht, Sie kennen ihn nicht...denken Sie“

Wissensinteressent



„Der Kunde will mehr über die Lösung und Sie wissen“

Kaufinteressent



„Der Kunde ist jetzt umfassend informiert: Die Lösung ist interessant, die Firma ist auch Ok, jetzt geht es um Details“

Beratung und Angebot



„persönliches Beratungsgespräch und Kalkulation“

Projektumsetzung



„Wir lösen ein Problem, und unser Kunde ist mit dabei“

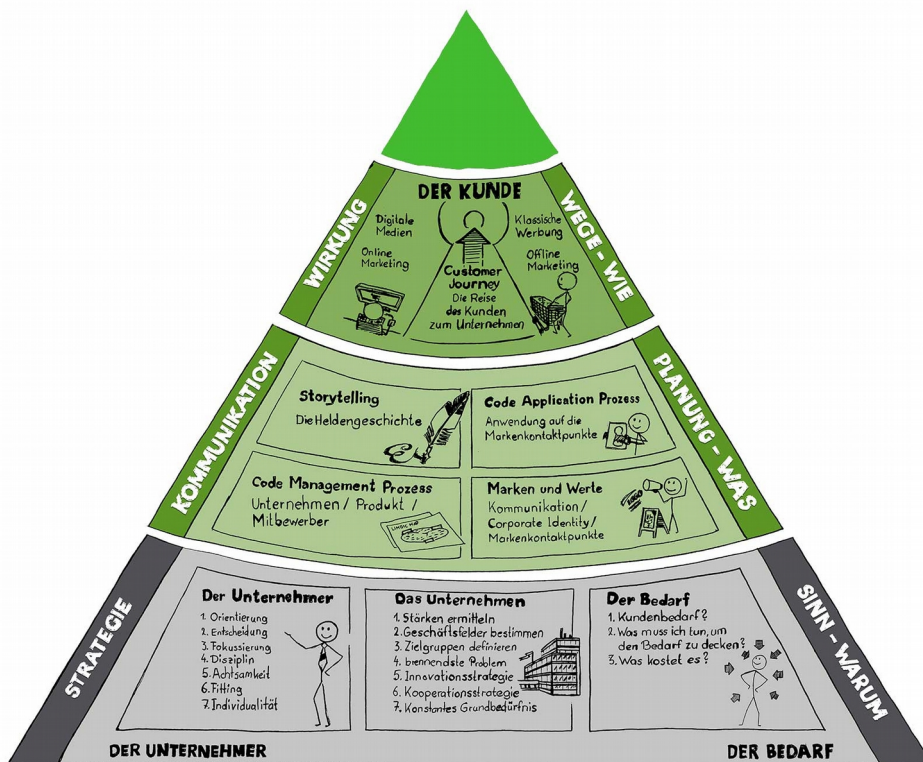
Erst-, Stamm- und Wunsch-Kunde



„Jippie: Problem gelöst, alle sind happy....und jetzt?“



ZIEL: Marktführung



Nutzenorientierter Marktführer.



Erwartungen

Ihre Erwartungen an Ihren Begleiter zur Marktführung

Bitte beschreiben Sie Ihre Erwartungen an uns. Alle Ideen, die Ihnen vorschweben.

Die Reise des Helden



 markt.machen.SYSTEM

Eine Marke von

pixelegg Informatik & Design GmbH
Einsteinstraße 3 · 68519 Viernheim

Telefon +49 6204 6011370
Fax +49 6204 6011379

info@markt-machen.de
www.markt-machen.de